



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO
EXTERIOR**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE LECHE DE CHOCHO EN
POLVO DE LA EMPRESA “SOY SAN” DESDE LA CIUDAD
DE RIOBAMBA HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS
UNIDOS CIUDAD DE MIAMI”**

Stefany Carolina Rea Benítez

Riobamba-Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Eco. Marco Antonio González Chávez
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Gustavo Javier Aguilar Medina
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora.

Stefany Carolina Rea Benítez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimientos que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional.

Un sincero reconocimiento también a mis profesores quienes con sus valiosos aportes, ayudaron a la culminación de este trabajo.

DEDICATORIA

A Dios por que a pesar de las pruebas que me ha puesto en el camino me ayudado a levantarme con más fuerza y seguir adelante.

A mi Virgen de la Medalla Milagrosa por demostrarme cada instante su gran amor y protección incondicional.

A mi madre por ser la persona que me dio la vida y la que ha luchado por sacarme a delante, gracias por su amor, confianza y dedicación, pilar fundamental en mi vida porque sin ella nada de esto sería posible.

A mi hermana adorada por ser mi inspiración mi ejemplo a seguir gracias por ser mi segunda madre y porque a pesar de la distancia siempre ha estado presente en mi vida.

Les amo con todo mi corazón

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido	Pág.
Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificación de autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Índice	VI
Índice de contenido	
Índice de cuadros	
Índice de gráficos	
 INTRODUCCIÓN	 1
Capítulo I	3
1 La empresa	3
1.1 Antecedentes.	3
1.2 Misión	4
1.3 Visión.	4
1.4 Análisis FODA	4
1.5 Valores	6
1.6 Filosofía de trabajo	6
1.7 Objetivos organizacionales	7
1.8 Ubicación geográfica de la empresa	8
1.9 Estructura organizacional actual y proyectada	9
1.9.1 Organigrama estructural	10
1.9.2 Organigrama funcional	11
1.10 Recursos humanos	11
1.10.1 Descripción de cargos	11
1.10.2 Definición de cargos	12
1.10.3 Posicionamiento	16
 Capítulo II	 17
2 Estudio del producto	17
2.1 El Producto	17
2.1.1 Definición del producto	17
2.1.2 Origen del producto	19
2.1.3 Morfología y taxonomía	20
2.1.4 Valor nutricional	25
2.2 Particularidades del cultivo	28
2.2.1 Requerimiento climático	28
	VI

2.2.2	Requerimiento de suelos	29
2.2.3	Siembra	29
2.2.4	Problemas fitosanitarios	30
2.2.5	Cosecha	32
2.3	Beneficios del producto	34
2.4	Proceso de elaboración del producto	37
2.5	Nombre y marca	37
Capítulo II		39
3	Propuesta	39
3.1	Introducción	39
3.2	Objetivos del plan de exportación de la leche de chocho en polvo	40
3.2.1	Objetivo general	40
3.2.2	Objetivos específicos	41
3.2.3	Esquema de comercialización	41
3.3	El mercado objetivo	43
3.3.1	Identificación del mercado	43
3.3.2	Relación comercial Ecuador - Estados Unidos	45
3.3.3	Aranceles y preferencias	46
3.3.4	Barreras no arancelarias	47
3.3.4.1	Requisitos para arancelarios	47
3.3.4.2	Requisitos sanitarios/fitosanitarios	48
3.3.4.3	Registro de instalación	49
3.3.4.4	Notificación previa	49
3.3.4.5	Buenas prácticas de manufactura	49
3.3.5	El ATPDEA y su incidencia actual en el comercio entre EC y EE.UU	52
3.4	Proceso de exportación	53
3.4.1	Generalidades	53
3.4.2	Exportación a consumo	53
3.4.3	Trámites para la exportación	54
3.4.3.1	Procedimiento de exportación	55
3.4.3.2	Procedimiento aduanero	56
3.4.4	Documentos necesarios para exportar	57
3.4.4.1	Documentos de pre-embarque	57
3.4.4.2	Documentos de post-embarque	59
3.5	Estructura de comercialización	61
3.5.1	Clasificación arancelaria	61
3.5.2	Negociación de incoterms	62
3.5.3	Termino de la exportación	64
3.5.4	Formas de pago	66
3.5.5	Embalaje y etiquetado	68

3.5.6	Contratación de transporte interno	70
3.5.7	Documentos básicos de acompañamiento	70
Capítulo IV		73
4	Análisis financiero de la empresa	73
4.1	Costo de producción.	73
4.2	Costos y gastos del proyecto	74
4.3	Costo total	76
4.4	Inversiones.	76
4.4.1	Total de inversiones	78
4.5	Ingresos	79
4.6	Estado de resultados	79
4.7	Flujo de efectivo	80
4.8	Valor actual neto (VAN).	82
4.9	Tasa interna de retorno (TIR)	84
4.10	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	85
4.11	Relación beneficio costo (RB/C)	86
4.12	Análisis de sensibilidad 5% de crecimiento en el precio	87
Capitulo V		92
5	Conclusiones y recomendaciones	92
5.1	Conclusiones	92
5.2	Recomendaciones	93
Resumen		94
Summary		95
Bibliografía		96
Anexos		98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	Pág.
1 Matriz FODA	5
2 Ubicación geográfica de la empresa	8
3 Organigrama estructural	10
4 Organigrama funcional	11
5 El chocho	18
6 Morfología y taxonomía	21
7 Nombre y marca del producto	38
8 Esquema de comercialización	42
9 Certificado de origen	51
10 Procedimiento de exportación	57
11 Proceso de pre-embarque	58
12 Proceso de post-embarque	60
13 Procedimiento FOB	64
14 Modelo de empaque del producto	68
15 Factura comercial	72

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Pág.
1 Manual de funciones gerente general	12
2 Manual de funciones secretaria	13
3 Manual de funciones gerente de ventas	14
4 Manual de funciones gerente de producción	14
5 Manual de funciones gerente financiero	26
6 Valor nutricional	25
7 Principales enfermedades del chocho	31
8 Población de Miami por edades	45
9 Balanza comercial	46
10 Aranceles y preferencias	47
11 Grupo de incoterms	63

INTRODUCCIÓN

Ante el proceso mundial de globalización es de primordial interés conocer los aspectos involucrados en el proceso de comercialización encaminada al comercio nacional e internacional, de tal manera que se conozca la participación y las posibilidades del Ecuador ante tal tendencia mundial.

La producción de chocho en el país ha crecido en los últimos años, gracias a las condiciones climáticas del país tenemos una oferta de chocho permanente durante las 52 semanas del año.

En la sierra Ecuatoriana, las características ecológicas y de clima que identifica a la Provincia de Chimborazo, ha dado lugar a un grado de especialización relativa en lo que a producción agrícola se refiere, siendo el cultivo de Chocho el que más se destaca, como una leguminosa con alto valor nutritivo. Según los análisis químicos, el chocho contiene entre el 41 y 52% de proteína, y 16% de grasa.

Dada la importancia que tiene el Chocho en la alimentación de las personas, tanto por el contenido de proteínas, como por el contenido de minerales y alta digestibilidad, este proyecto de investigación está orientado a determinar los procesos más idóneos para su industrialización y que constituirá un soporte económico muy valioso para fomentar la industria local, nacional e internacional.

La demanda que tendría la Leche de chocho en polvo se debería a que es un producto rico en nutrientes y vitaminas, en la actualidad el hábito de consumo de las personas ha cambiado a raíz de que vivimos en un mundo cada vez más industrializado que busca satisfacer nuestras necesidades de consumo alimenticio con productos creados por la tecnología o productos con calorías elevadas que nos causan enfermedades extrañas y en muchos de los casos intratables que finalmente terminan con nuestras vidas, por estas razones las personas buscan un cambio radical en su manera de alimentarse buscando algo sano y sobretodo natural.

El chocho debería estar entre los alimentos de primera línea, en especial entre quienes no pueden comer carnes. Además el chocho desamargado, cocinado y macerado se convierte en un líquido blanco un tanto parecido a la leche materna que los nativos utilizaron al igual que la quinua para alimentar a los niños pequeños.

Es por esta razón que hemos planificado realizar el Plan de Exportación de la Leche de Chocho en polvo para brindar una nueva alternativa de consumo al mercado Estadounidense y de esta manera incentivar de alguna forma posible con cursos de capacitación e información clara acerca del producto y sus oportunidades en el mercado extranjero para que se interesen en la fabricación potencial de este producto.

Para ello es fundamental conocer las preferencias y necesidades de los consumidores hacia este tipo de producto para poder llevar a cabo el presente proyecto.

Como el objetivo de este proyecto es la exportación, es necesario determinar la existencia de un nicho de mercado para la leche de chocho en polvo en el mercado de MIAMI (EE.UU), es decir, comprobar la existencia de un grupo de posibles consumidores, quienes estén dispuestos a comprar y consumir el producto.

El presente trabajo pretende resolver la necesidad de las personas de consumir productos saludables, que no afecten a su salud. Por esta razón se busca dar a conocer un producto elaborado de una manera orgánica sin componentes ni aditivos en primera instancia, y para ello, brindaremos un producto auténtico, que refleje la nobleza y pureza de la harina elaborada con granos seleccionadas y producido en el territorio nacional con la mejor calidad y nivel de satisfacción.

CAPÍTULO I

1. LA EMPRESA

1.1. ANTECEDENTES

Soy San es el esfuerzo del trabajo y perseverancia de la familia Lema Auquilla, que hace más de 8 años comenzó a trabajar con productos a base de soya, posteriormente fusionamos la gastronomía nacional, evolucionando a ALIMENTOS ELABORADOS CON PRODUCTOS ANDINOS, como la mashua, quinua, oca, trigo, chocho etc. en combinación con técnicas culinarias de vanguardia convirtiéndonos en los pioneros en trabajar con alimentos culturalmente atractivos nutritivamente deliciosos y que cumplen una función múltiple como es la de alimentar, nutrir y servir como fito-medicina, y culturalmente rentable con una evolución en la manera de alimentarse, de esta forma la compañía de turismo MAGIC MOUNTAINS CIA LTDA, apoya el proceso haciendo de Soy San un producto de turismo gastronómico.

Marianita de Jesús Auquilla, chimboracense de nacimiento, mujer de trabajo, humilde, con visión decide luego de ser diagnosticada con leucemia, luchar para vivir, de esta manera con dietas rigurosas y la ayuda de los conocimientos y saberes ancestrales andinos, emprende la lucha de valorar y de dar a conocer los beneficios terapéuticos del chocho, quinua, mashua, amaranto, oca, entre otros, y con la familia comienza su primera batalla, luego de varios intentos la familia acepta y reconoce la potencialidad de los alimentos, en ese momento es hora de lanzarse a la venta, desde allí en adelante han sido reconocidos los alimentos que prepara, por universidades, medios de comunicación, instituciones públicas y privadas. Vinculaciones y trabajos estratégicos por un grupo de personas liderado por el Ing. Jorge Lema, en instituciones del estado, también está tomando frutos y de manera indirecta se tiene vínculos con MIPRO, MAGAP, MIES, IEPS.

1.2. MISIÓN

Somos una empresa de calidad, innovación y mejora continua en la producción y comercialización de productos andinos alimenticios, con calidez, valorando saberes y sabores que promueve y mantiene relaciones de lealtad y compromiso con los clientes, respetando los valores naturales, culturales y sociales del Ecuador para el Sumak Kawsay (Buen Vivir) del cliente, proponiendo una cultura gastronómica propia, nutritiva y muy ecuatoriana.¹

1.3. VISIÓN

Ser la Empresa de transformación y comercialización de alimentos andinos pionera e innovadora del centro de la provincia de Chimborazo amigable con la Pachamama (NATURALEZA), practicando los saberes ancestrales, incrementando la eficiencia en todos los procesos, y logrando productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

1.4. ANÁLISIS FODA

Esta metodología permite realizar un estudio de la situación competitiva de la empresa en su mercado y de las características internas de la misma para determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Por consiguiente dicho diagnóstico es necesario para posteriormente formular las estrategias que se debe ejecutar para mejorar la gestión de la empresa y los productos que ofrece.

GRAFICO N° 1 MATRIZ FODA

¹Empresa “Soy San”



Fuente: Soy San

Elaboración: La Autora

1.5. VALORES

- Honestidad
- Lealtad
- Eficiencia
- Veracidad
- Puntualidad
- Compromiso con la empresa y la sociedad
- Identidad empresarial
- Responsabilidad
- Trabajo en Equipo.

1.6. FILOSOFÍA DE TRABAJO

La empresa se basa en los siguientes factores fundamentales

- **Calidad:** La empresa aspira obtener prestigio internacional mediante la satisfacción de las más altas exigencias del mercado meta al que se proyecta llegar.
- **Servicio:** Filosofía de existir como empresa para y por los clientes, en base de ello la empresa enfoca todos sus esfuerzos para satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la calidad de los productos que se entregan a los clientes y la logística utilizada para esta operación.
- **Rentabilidad:** Toda la operación se basa en la eficiencia de las operaciones para lograr la rentabilidad de la empresa.

- **Clientes:** Mantener relaciones a largo plazo con los compradores, para de esta manera lograr los mejores rendimientos para ellos y el mejor producto para la empresa.
- **Transparencia:** Líneas de comunicación e información, confiables y oportunas, que fomentan la confianza y participación y aseguran el compromiso.

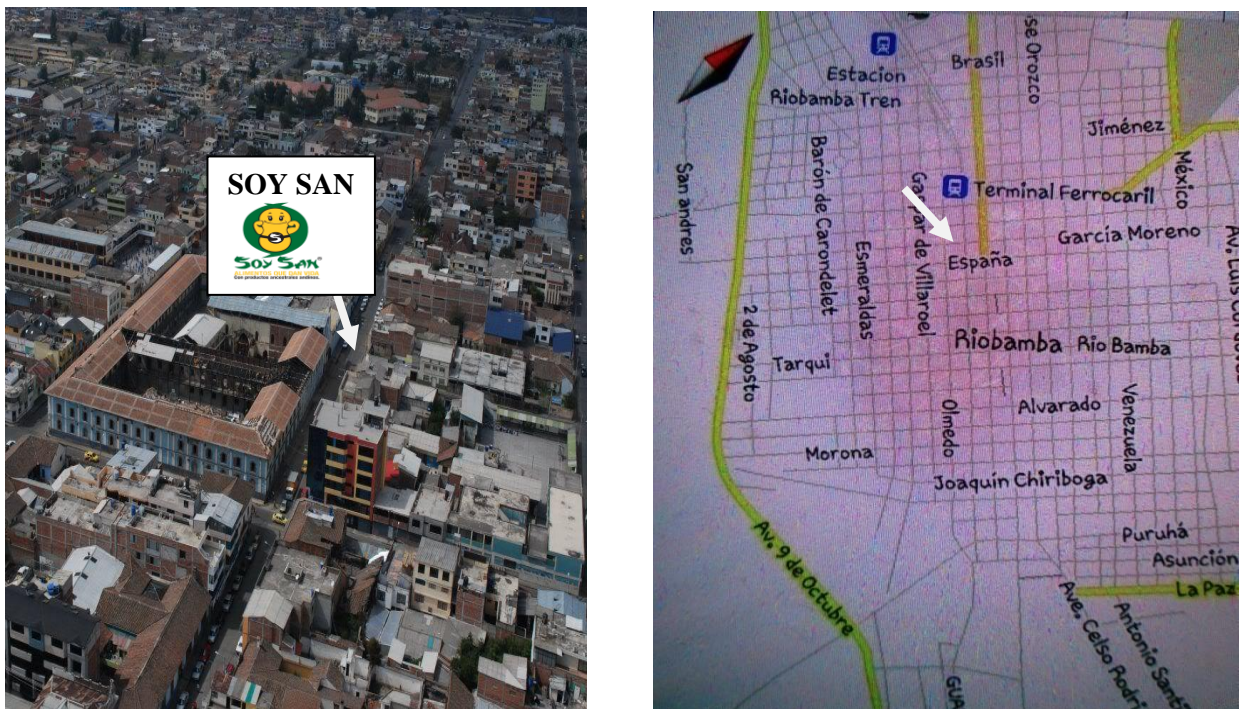
1.7. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- Entregar al mercado un producto de características satisfactorias que permita su expansión y el aumento de su producción tanto a nivel nacional como internacional.
- Desarrollar y rescatar tradiciones en los productos que son originarios en nuestro país poco conocidos pero rentables y de excelencia, que cuenten con el sabor y aroma tradicional que hace que nuestro producto sea único.
- Competir y asentarnos en el mercado tanto nacional como internacional para de esta manera convertirnos en ejemplo mediante la organización con ideas innovadoras aumentando la economía del país invirtiendo en esta.
- Contar con una administración eficiente que nos permita optimizar el uso de los recursos permitiéndonos posicionarnos en el mercado como líderes en preferencias ante el consumidor.
- Tener un desempeño financiero a largo plazo y ser la organización mas recomendada en nuestros productos.

- Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente en nuestra empresa, a través de productos innovadores y de gran calidad.

1.8. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA

GRAFICO No. 2 UBICACIÓN DE SOY SAN



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

La empresa SOY SAN está dedicada a la elaboración de distintos tipos de alimentos a base de productos andinos se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo en las calles Gaspar de Villaroel y España casi esquina gracias a su perfecta ubicación le permite distribuir sus productos a todo el área local con mayor rapidez y eficiencia.

Riobamba ciudad conocida también como cuna de la nacionalidad Ecuatoriana “Sultana de los Andes” Corazón de la Patria por su historia y belleza es la capital de la provincia de Chimborazo. Se encuentra en el centro geográfico del país en la cordillera de los andes ha 2750m sobre el nivel del mar. Cerca de diversos volcanes como el Chimborazo, Tungurahua, Altar, Carihuairazo.

1.9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL Y PROYECTADA.

Estructura Organizativa de la Empresa

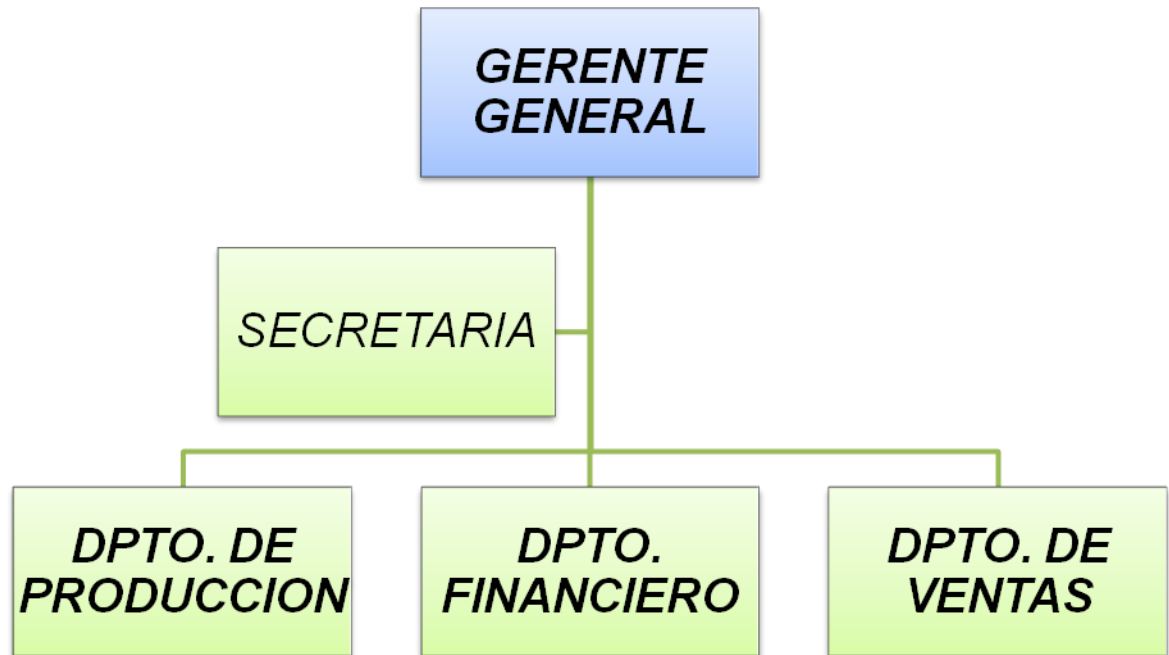
En lo que respecta a cómo se llevará a cabo el negocio, se ha acordado que dado el giro de nuestra empresa es necesario que “nazca” como comercializadora de su producción. El nombre de la empresa será “SOY SAN”.

Sin embargo, una de nuestras metas es que una vez que se esté bien establecido y con el suficiente capital y posicionamiento en el mercado, se buscará la expansión entorno a la inversión en activos que nos permitirán llevar a cabo la producción con independencia, esto claro en el largo plazo. Optando por la medida de maquilar la producción, nuestros costos de fabricación serán en su mayoría costos variables que nos permitirán obtener un precio de venta competitivo y rentable.

La estructura organizacional propuesta para la realización del proyecto de acuerdo a los requerimientos del personal de la organización, se puede observar en el siguiente cuadro, en donde se pueden observar los principales cargos y sus objetivos para cada departamento.

1.9.1.ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO N° 3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

1.9.2.ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRAFICO Nº 4 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

1.10. RECURSOS HUMANOS

1.10.1. DESCRIPCIÓN DE CARGOS

El Recurso Humano es clave para una buena ejecución de cualquier proyecto, por eso la selección de la gente que se vincule a las actividades departamentales debe ser escogida con mucho cuidado buscando siempre la mejor disposición y los conocimientos necesarios para poder desarrollar esas funciones de cada carga. Cada candidato será evaluado para poder determinar si el postulante cumple con los requerimientos necesarios para el cargo que desempeñara.

Los diferentes departamentos que estará conformada la empresa tendrán los cargos a desempeñarse que se detallan a continuación:

- Gerente
- Secretaria
- Departamento de Producción.
- Departamento de Ventas.
- Departamentos Financiero.

1.10.2. DEFINICIÓN DE CARGOS

TABLA N°1 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
GERENTE GENERAL	<p>a) Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos.</p> <p>b) Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la Empresa.</p> <p>c) Implementar todos los controles disciplinarios necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la Empresa.</p> <p>d)Velar porque los miembros de la Organización actúen de acuerdo al logro de los objetivos trazados.</p> <p>e) Tomar decisiones con respecto a la evaluación del desempeño de sus subordinados, y con base en estas establecer ascensos, bonificaciones, incentivos.</p>	<p>Profesional de Administración de Empresas, con perfecto manejo del idioma inglés, conocimiento y aplicación eficiente de los sistemas de información, con competencias para la comunicación, trabajo en equipo, sentido de liderazgo, conocimiento de modelos de mejoramiento continuo y normatividad legal vigente para procesos de exportación. Persona capacitada para trabajar bajo presión, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y excelentes relaciones interpersonales. Experiencia comprobada en cargos similares mínima de tres (3) años. Edad mínima de 30 años.</p>

Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

TABLA N° 2 MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
SECRETARIA	<p>a) Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento deservicio al cliente.</p> <p>b) Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.</p> <p>c) Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.</p> <p>d) Atender y orientar al publico que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.</p> <p>e) Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.</p> <p>f) Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe.</p>	<p>Excelente redacción y ortografía.</p> <p>Facilidad de expresión verbal y escrita.</p> <p>Persona proactiva, y organizada-</p> <p>Facilidad para interactuar en grupos.</p> <p>Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.</p> <p>Brindar apoyo a todos los departamentos.</p> <p>Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.</p> <p>Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.</p> <p>Aptitudes para la organización.</p> <p>Buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Dinámica y entusiasta.</p> <p>Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.</p> <p>Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.</p>

Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

TABLA N°3 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE DE VENTAS

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
GERENTE DE VENTAS	<p>a) Atender y tomar los pedidos de los clientes</p> <p>b) Pasar diariamente la información de los pedidos al departamento de producción</p> <p>c) Elaborar y enviar las facturas para el pago a los clientes</p> <p>d) Solicitar a proveedores materiales de empaque para el área de producción.</p> <p>e) Organizar los fondos de la empresa para efectuar el pago a proveedores.</p>	<p>Contar con experiencia en el proceso de compra y venta, así como conocimiento de los proveedores de este tipo de productos.</p> <p>Tener estudios en comercio exterior, así como conocimientos en computación.</p> <p>Es necesario que sea una persona responsable y organizada con el manejo de efectivo, así como con habilidades de interpersonales y de comunicación.</p>

TABLA N°4MANUAL DE FUNCIONES GERENTE DE PRODUCCIÓN

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
GERENTE DE PRODUCCION	<p>a) Supervisar la calidad del producto que se envía a los clientes.</p> <p>b) Reportar diariamente al Director General la calidad del producto.</p> <p>c) Escribir diariamente en la pizarra de avisos, los pedidos que hay que entregar en el día con las especificaciones correspondientes para cada uno de ellos.</p> <p>d) Solicitar al Director de compras en el caso que así se requieran.</p>	<p>Profesional de Administración de Empresas, con perfecto manejo del idioma inglés, experiencia en comunicación, conocimiento y aplicación eficiente de los sistemas de información, con competencias para la comunicación, trabajo en equipo, sentido de liderazgo, conocimiento de modelos de mejoramiento continuo y normatividad legal vigente para procesos de exportación, Alto grado de organización y sentido de pertenencia, capacidad negociadora. Persona capacitada para trabajar bajo presión, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y lealtad.</p>

TABLA N°5 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE FINANCIERO

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
GERENTE FINANCIERO	<p>a) Administrar los fondos que ingresaren de las ventas.</p> <p>b) Supervisar los registros contables.</p> <p>c) Realizar los pagos respectivos.</p> <p>d) Presentar los informes financieros</p> <p>e) Supervisar se realice la adquisición de materiales y equipos necesarios para la ejecución de las actividades</p> <p>f) Realizar recomendaciones de orden económico y financiero.</p> <p>g) Vigilar que el Personal de apoyo administrativo y de servicios, cumplan con los Principios y Procedimientos de Control durante el proceso económico financiero.</p>	<p>Más de un año en áreas similares.</p> <p>Capacidad de análisis, liderazgo y manejo de documentos confidenciales</p> <p>Organizar el trabajo.</p> <p>Tener iniciativa</p> <p>Nivel educativo: superior y/o postgrado.</p> <p>Habilidades especiales: manejo de personas, planificación, manejo de conflictos, capacidad de análisis</p> <p>Conocimientos especiales: administración, análisis de estados financieros y proyectos, derecho legal, ley de contratación del estado, conocimiento de tesorería y presupuesto, Condiciones de trabajo: 90% en oficina y 10% en reuniones fuera de la institución</p>

Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

1.10.3. POSICIONAMIENTO

El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DEL PRODUCTO

2.1. EL PRODUCTO

La leche de chocho en polvo es muy apreciada por sus propiedades nutricionales también se utiliza como sustituto la leche de soya por esta razón se propone la idea de realizar su exportación para esto realizaremos un estudio de las posibilidades que pueda tener la leche de chocho de posicionarse en el exterior.

2.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La Leche de chocho en polvo es un producto 100% natural, elaborado a base de chocho orgánico. Es un polvo de color blanco parduzco, de fácil digestión y susceptible a la humedad.

La Leche de chocho en polvo es uno de los alimentos más equilibrados ya que contiene todos los grupos de vitaminas y nutrientes. Constituye una importante fuente de minerales y vitaminas: calcio, fósforo, hierro, Riboflavina (Vitamina B2), Niacina (Vitamina B3) y Acido Ascórbico (Vitamina C). Su gran riqueza en vitamina C, combinada con la del fósforo, resulta ideal para el fortalecimiento de la mente. Es decir, es remineralizante y energético.

Consumir tanto la leche de chocho en polvo como el fruto en sí, es muy beneficioso para niños, ancianos, enfermos y atletas, constituyéndose como una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo. La leche de chocho en polvo es un producto elaborado que nos da muchas posibilidades culinarias, aportando las interesantes propiedades nutricionales.

A continuación se ilustra una fotografía del producto en el cultivo, el fruto cosechado y la harina procesada:

GRAFICO N° 5EL CHOCHO



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

2.1.2.ORIGEN DEL PRODUCTO

El chocho o tarwi (*Lupinus mutabilis* Sweet) es una leguminosa de origen andino, de importancia estratégica en la alimentación por su alto contenido de proteína (40%) y por sus características agronómicas, como rusticidad, capacidad de fijación de nitrógeno y adaptabilidad a medios ecológicos más secos, ubicados entre 2800 y 3600 metros sobre el nivel del mar.²

En el mundo existen 4 especies principales de lupino domesticadas: *Lupinus albus* (lupino blanco), *Lupinus luteus* (lupino amarillo), *Lupinus angustifolius* (lupino azul, Europeo proveniente del viejo mundo) y *Lupinus mutabilis* (tarwi, chocho proveniente del nuevo mundo)

El chocho contiene un nivel nutricional superior debido a que la proteína que contiene es rica en lisina, aminoácido vital y de mucha importancia nutricional.

El chocho presenta un alto valor nutritivo como fuente de proteína, grasa y fibra. Al mezclar chocho con algunos cereales, se logra un alimento que en cuestión de balance de aminoácidos, es casi ideal para los seres humanos; por lo tanto el chocho podría convertirse en otro “grano de soya”, constituyéndose en algunos países como Perú, Chile, México, Inglaterra, Rusia, Polonia, Alemania, Sudáfrica y Australia en una fuente importante de investigación.

El Chocho es un alimento de alto valor nutritivo que contiene más del 51% de proteína, calcio y hierro, ácidos grasos insaturados, fibra dietética, fósforo y niacina; al igual que el fréjol y las habas, son fuente de proteína barata, contribuyen a mejorar la alimentación de la población rural y urbana.

Es considerado como el alimento del pasado para la gente del futuro.

²PERALTA E. CAICEDO C. (2000)

Una preparación muy antigua, que se está actualmente retomando, es la leche de chocho. Se dice que en ocasiones reemplazaba a la leche materna y es de allí que parece haber surgido su nombre: de la traducción al español del término chucho que en quichua significa pezón y pecho materno.

Los cultivos andinos tienen una gran importancia económica, social, ecológica, nutricional y funcional (real y potencial) en nuestro país y en el resto de países atravesados por la cordillera de los Andes. Si bien, los cultivos andinos han sido tradicionalmente consumidos en las áreas rurales, han formado parte de los hábitos alimenticios de los pobladores urbanos. Entre otras cosas, porque además de su amplia gama de posibilidades culinarias, ofertan proteína relativamente barata si se la compara con la de origen animal.

Otro elemento que hace que estos alimentos sean importantes para las sociedades andinas es su gran potencial de comercialización en el mercado nacional e internacional.

La población ecuatoriana, colombiana y peruana que vive en el exterior añora los granos, raíces, tubérculos y frutas nativas (productos nostalgia). Y los consumidores de los países desarrollados, que están siempre buscando productos exóticos, nuevos, nutritivos y con un contenido cultural e histórico, se muestran cada vez más interesados en las variedades andinas.

2.1.3.MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA

GRAFICO N° 6 MORFOLOGIA Y TAXONOMIA DEL CHOCHO (*Lupinus mutabilis*)



Fuente: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
Elaborado: La Autora

La temperatura ideal para el crecimiento es de alrededor de 20-25°C en el día y 10-15°C a la noche. El desarrollo (tasa de aparición de hojas, floración) de cultivos de temprana maduración responde principalmente a la temperatura.

El mejoramiento genético ha eliminado casi completamente la respuesta a la duración del día, y a la vernalización (requerimiento de frío para la floración) en muchos cultivares.³

³ http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro10/cap03_1_3.htm

Tienen muy buena resistencia a heladas ya que según la especie y variedad pueden tolerar temperaturas de 9°C bajo cero.

Los requerimientos de lluvia, si bien depende de la especie, variedad, tipo de suelo y manejo del cultivo, se pueden equiparar a los requerimientos de los trigos de invierno y primavera.

Son eficientes en la fijación de nitrógeno atmosférico que permite la incorporación de nitrógeno en suelos con pH neutros y ácidos.

Son eficientes en el consumo de agua, por sus raíces pivotantes que le permiten una buena penetración para extraer agua de capas profundas, por eso crecen bien en suelos arenosos y sueltos.

Son mejoradores de la estructura fisicoquímica del suelo por la penetración de sus raíces y la movilización del fósforo mediante raicillas especializadas, que permiten la exudación de compuestos químicos que favorecen la movilización del fósforo del suelo haciendo posible su absorción.

A continuación detallaré la descripción botánica del *Lupinus mutabilis* o Chocho.

Hojas

La hoja de chocho es de forma digitada, generalmente compuesta por ocho folíolos que varían entre ovalados a lanceolados.

En la base del pecíolo existen pequeñas hojas estipulares, muchas veces rudimentarias. Se diferencia de otras especies de *Lupinus* en que las hojas tienen menos vellosidades.

El color puede variar de amarillo verdoso a verde oscuro, dependiendo del contenido de antocianina.

Flores e inflorescencia

El chocho pertenece a la subfamilia Papilionoideas por lo cual presenta una corola grande de 1a 2cm, con cinco pétalos y compuesta por un estandarte, dos quillas y dos alas.

Según el tipo de ramificación que presente la planta, puede tener hasta tres floraciones sucesivas, en una sola planta pueden existir hasta 1.000 flores.

La coloración de la flor varía entre el inicio de su formación hasta la maduración de un azul claro hasta uno muy intenso y de allí se origina su nombre científico, mutabilis, es decir que cambia.

Los colores más comunes son los diferentes tonos de azul e incluso púrpura; menos frecuentes son los colores blanco, crema, rosado y amarillo.

Semilla

Las semillas del chocho están incluidas en número variable en una vaina de 5 a 12 y varían de forma (redonda, ovalada a casi cuadrangular), miden entre 0,5 a 1,5cm.

Un kilogramo tiene 3.500 a 5.000 semillas. La variación en tamaño depende tanto de las condiciones de crecimiento como del eco tipo o variedad. La semilla está recubierta por un tegumento endurecido que puede constituir hasta el 10% del peso total.

Los colores del grano incluyen blanco, amarillo, gris, ocre, pardo, castaño, marrón y colores combinados como marmoleado, media luna, ceja y salpicado.

La genética en la herencia del color de la semilla es bastante compleja y existen genes tanto para el color principal, como para cada una de las combinaciones.

Tallo y ramificaciones

La altura de la planta está determinada por el eje principal que varía entre 0,5 a 2,00m. El tallo de chocho es generalmente muy leñoso y se puede utilizar como combustible. Su alto contenido de fibra y celulosa, hace que se lo emplee como material de combustión, sin embargo podría permitir un proceso de industrialización.

El color del tallo oscila entre verde oscuro y castaño. En las especies silvestres es rojizo o morado oscuro.

Según el tipo de ramificaciones, la planta puede ser de eje central predominante, con ramas desde la mitad de la planta, tipo candelabro, o ramas terminales; o de una ramificación desde la base con inflorescencia a la misma altura.

El número de ramas varía desde unas pocas hasta 52 ramas. El número de vainas y de ramas fructíferas tiene correlación positiva con una alta producción.

Raíces y nódulos

Como leguminosa, el chocho tiene una raíz pivotante vigorosa y profunda que puede extenderse hasta 3 metros de profundidad.

En la raíz se desarrolla un proceso de simbiosis con bacterias nitrificantes que forman nódulos de variados tamaños (1 a 3 cm).

En suelos con presencia de bacterias, la formación de nódulos se inicia a partir del quinto día después de la germinación.

Los nódulos pueden alcanzar un diámetro hasta de 3cm; se localizan principalmente en la raíz primaria, por encima de la ramificación radicular, e incluso en las raíces secundarias.

Ventajas de su cultivo.

Desde el punto de vista agro ecológico, el chocho acumula grandes cantidades de nitrógeno, entre 400 y 900 kilogramos por hectárea (Kg./ha), provenientes de su mayor parte de la fijación biológica de nitrógeno atmosférico. Además, el requerimiento de fósforo en el cultivo está entre 30 y 60 Kg./ha, lo que refleja una alta eficiencia para tomar nutrientes en suelos que tienen baja capacidad de abastecimiento de estos minerales”.

2.1.4.VALOR NUTRICIONAL

TABLA NO.6 VALOR NUTRICIONAL DEL PRODUCTO

Valor Nutricional	Alimento	
	SOYA	TARWI
Energía (Kcal)	423.41	438.5
Grasa (g)	16.4	16.5
Carbohidratos (g)	35.5	28.2
Proteína (g)	33.4	44.3
Fibra (g)	5.7	7.1
Humedad (g)	9.2	7.7
Cenizas (g)	5.5	3.3

Fuente: <http://elproteicotarwi.blogspot.com>
Elaborado: La Autora

Proteínas del tarwi o chocho.

El tarwi o chocho al ser una fuente con gran cantidad de proteínas es muy recomendado para la nutrición de las personas, ya que además debemos tomar en cuenta su bajo costo económico.

- El tarwi o chocho es el que presenta el más alto contenido proteico con un buen balance, al efectuar una comparación con otras especies de lupinos.
- Las proteínas. Constituyen más de la mitad de su peso, un estudio hecho en 300 diferentes genotipos de semillas muestra que la proteína contenida varía de 41a51%.⁴
- Quitándole la cáscara a la semilla y moliendo el grano se obtiene una harina constituida por 50% de proteínas.
- La proteína del tarwi o chocho contiene adecuadas cantidades de aminoácidos esenciales como son lisina y leucina.

Carbohidratos en el tarwi o chocho.

- Presenta una cantidad de 14,4% de carbohidratos.
- Ayudan a cumplir a las proteínas con sus funciones, para que estas puedan realizar sus funciones plásticas.
- Un consumo adecuado de tarwi o chocho por la presencia de carbohidratos, colaboran con la energía requerida por el cuerpo.

⁴PERALTA. J. Eduardo. CAICEDO, Carlos. Folleto “El Chocho. Proteína Vegetal y Potencial Económico”.

- El consumo de tarwi o chocho por su contenido de hidratos de carbono nos ayuda a la regulación de las grasas.

Grasas en el tarwi o chocho.

- La grasa que presenta el tarwi o chocho al ser de origen vegetal no es saturada es decir, el organismo la puede combinar con otras moléculas, ya que sus puntos de enlace no se encuentran saturados.
- El aceite de tarwi es de color claro lo cual lo hace aceptable para el uso doméstico y a demás el aceite del chocho ha demostrado ser más digestible que otros de uso corriente como son los aceites de soya y de algodón.
- Es similar al aceite de maní y es relativamente rico en ácidos grasos no saturados, incluyendo el ácido linoleico.
- Presenta tocoferol que es un agente antioxidante, el mismo que nos ayuda para la conservación de los aceites.
- El aceite Constituye más de la mitad de su peso y varía del 14% al 24%.

Minerales en el tarwi o chocho.

- El contenido de fibra de la semilla no es excesivo, ya que es del 7,3%, pero se estima que pueda constituir una fuente importante de minerales.

Esto es muy importante, ya que la fibra vegetal nos ayuda a mejorar nuestra digestión y a la vez a tener una mejor nutrición y poder aprovechar los nutrientes de los alimentos con mayor facilidad.

- Los minerales más abundantes en la semilla de tarwi o chocho son el calcio, magnesio, fósforo, potasio y sodio; otros aparecen a nivel de trazas tales como el boro, cobalto, hierro, manganeso, molibdeno y zinc.
- El calcio que presenta el Tarwi o Chocho, esta presente en la cáscara.

Vitaminas en el tarwi o chocho.

- En el chocho podemos encontrar la vitamina B2 (Riboflavina), que es una vitamina hidrosoluble.
- La vitamina que presenta el Tarwi o chocho ayudan a los complejos procesos metabólicos de nuestro organismo.
- En 100gr de chocho podemos encontrar 0.02mg de vitamina B2, y es considerada una sustancia de baja toxicidad.
- Las vitaminas deben ser ingeridas a diario por su carácter de esenciales.
- Al ser una vitamina hidrosoluble muchas de las veces esta se pierde en la cocción del producto.

2.2. PARTICULARIDADES DEL CULTIVO

2.2.1. REQUERIMIENTOS CLIMÁTICOS

El chocho se cultiva en áreas moderadamente frías, aunque existen cultivos hasta los 3800 m, a orillas del lago Titicaca, donde es frecuente la presencia de heladas.

Durante la formación de granos, después de la primera y segunda floración, el chocho es tolerante a las heladas. Al inicio de la ramificación es algo tolerante, pero susceptible durante la fase de formación del eje floral.

Los requerimientos de humedad son variables dependiendo; sin embargo, y debido a que el chocho se cultiva sobre todo bajo secano, oscilan entre 400 a 800 mm. La planta es susceptible a sequías durante la formación de flores y frutos, afectando seriamente la producción.

2.2.2.REQUERIMIENTO DE SUELOS

Mucho se ha indicado que el chocho es propio de suelos pobres y marginales. Como cualquier cultivo, sus rendimientos dependen del suelo en que se lo cultive. Cuando existe una apropiada humedad, el chocho se desarrolla mejor en suelos francos a francos arenosos; requiere además un balance adecuado de nutrientes. No necesita elevados niveles de nitrógeno, pero sí la presencia de fósforo y potasio.

Lo que no resiste el chocho son los suelos pesados y donde se puede acumular humedad en exceso, se ha mencionado en muchas oportunidades que el chocho desmejora el suelo, "lo deja muy pobre". Esta creencia popular puede tener su origen en la aparente extracción de cantidades significativas de fósforo, dejando el suelo pobre en este elemento para el siguiente cultivo.⁵

2.2.3.SIEMBRA

La mayoría de campos de chocho se siembra en condiciones de secano, razón por la cual la época de siembra depende mucho de las condiciones ambientales.

⁵http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro10/cap03_1_3.htm

Una regla podría ser iniciar las siembras cuando se hayan acumulado por lo menos 100 mm de precipitación en la campaña agrícola.

Esta fecha puede coincidir con los meses de noviembre a diciembre en los Andes centrales.

La densidad de siembra depende fundamentalmente de las ramificaciones de la planta y se debe buscar de aprovechar al máximo la energía solar por unidad de superficie en toda la plantación.

2.2.4.PROBLEMAS FITOSANITARIOS

El chocho es relativamente libre de enfermedades, sin embargo en campos de monocultivo se pueden presentar enfermedades y plagas que afectan seriamente la producción.

Enfermedades

La enfermedad más importante es la antracnosis, producida por el hongo *Colletotrichum gloeosporioides*.

El hongo ataca el tallo, produciendo manchas necróticas; el ataque continúa en las hojas y brotes terminales, destruyendo los primordios florales con lo que afecta seriamente la producción de granos. Las vainas atacadas presentan lesiones hundidas de color rojo vino a pardo. Las semillas tienen un aspecto "chupado" en los ataques severos, en cambio los ataques leves no se advierten fácilmente, menos en semillas oscuras. Como la difusión de esta enfermedad se hace a través de la semilla, es muy importante su desinfección con un fungicida. En general se observa menos ataque de antracnosis en variedades procedentes del norte del Perú y Ecuador.

Cuando el cultivo tiene en su etapa inicial un exceso de humedad, puede ser afectado por otro hongo, la Rhizoctonia, que ataca el cuello de la raíz. Al comienzo produce una mancha marrón oscura, luego se presenta marchitez y finalmente las plántulas mueren.

La marchitez en plantas adultas es ocasionada por Fusarium oxysporum, en especial en campos con mal drenaje.

Finalmente, la roya del chocho se presenta formando pústulas que al final se observarán como un polvillo de color anaranjado en las hojas, tallos y hasta frutos.

TABLA N°7 PRINCIPALES ENFERMEDADES DEL CHOCHO

<i>Principales enfermedades del chocho</i>		
Nombre común	Patógeno	Control
Antracnosis	<i>Colletotrichum gloeosporioides</i>	Desinfección de semilla
Quemado del tallo	<i>Ascochyta sp.</i> <i>Phoma lupini</i>	
Marchitez	<i>Rhizoctonia solani</i> (plantas jóvenes) <i>Fusarium oxysporum</i> (plantas adultas)	Drenaje Rotación de cultivos
Roya	<i>Uromyces lupini</i>	Rotación de cultivos
Mancha anular	<i>Ovularia lupinicola</i>	Innecesario
Pudrición de la base del tallo	<i>Sclerotinia sclerotiorum</i>	Rotación de cultivo

Fuente: FREY, F. y E. YABAR. 1983. Enfermedades y plagas de lupinus en el Publicación GTZ, Eschborn, Alemania

Elaborado: La Autora

2.2.5. COSECHA

A diferencia de muchas especies de lupinos, las vainas del chocho no se parten ni esparcen sus semillas en la tierra. Los campesinos del incanato seleccionaban las plantas que mantenían sus semillas hasta que pudiera ser cosechada.

La trilla del chocho no sólo es demandante de bastante mano de obra, sino que constituye un trabajo laborioso y pesado. La planta seca se debe golpear y ventear para separar los granos de sus vainas.

En este proceso se utilizan también animales, pero cuidando que sus patas no vayan a ser lastimadas por los bordes cortantes de las vainas.

El grano cosechado y seco se puede almacenar por 2 a 4 años en las condiciones de la sierra, sin mayores pérdidas de valor nutritivo ni germinación. Se tienen referencias prácticas de que los granos se han conservado por más de 10 años sin variaciones sustanciales, sobre todo si se los guarda en envases cerrados.⁶

- **Rendimiento**

Los rendimientos del chocho alcanzan 3500-5000 kg/ha, cuando el cultivo es conducido en forma adecuada y se le proporciona todos sus requerimientos en forma oportuna. También tiene potencial la producción de alcaloides para uso como biocidas o repelentes de las principales plagas que afectan los cultivos de la zona andina. Una muestra potencial de su uso como fuente de fijación de nitrógeno atmosférico está en base a su producción, ya que se ha determinado que provee al suelo más de 100 kg/ha de nitrógeno.

- **Desamargado de los granos de chocho**

⁶ http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro10/cap03_1_3.htm

El grano de chocho crudo es amargo (alto contenido de esparteína, lupinina y otros), por lo tanto es inconsumible, motivo por el que no es apetecido por aves, rumiantes ni insectos; por ello para consumir los granos de chocho el primer paso es el desamargado (deslupinación). El grano desamargado y listo para incorporar a la alimentación humana es de sabor agradable y de consistencia suave. Luego de eliminar la testa, los granos son de color crema.

El proceso es muy simple y no necesita de maquinaria ni de tecnología cara. El proceso de desamargado para fines de consumo familiar consiste en remojar un promedio de tres kilogramos de grano de chocho en un recipiente con capacidad para 18 litros aproximadamente (lata, balde) durante horas.⁷

Los granos adquieren mayor volumen por efecto del remojo (se hinchan); luego son cocidos por un tiempo aproximado de una hora con dos cambios de agua cada 30 minutos, contados desde el momento que inicia a hervir.

El agua de color amarillo marfil es de sabor muy amargo, con olor fuerte a chocho crudo, este líquido luego de enfriar se deposita en botellas para ser utilizado como repelente de plagas cuando sea necesario.

Para eliminar por completo el sabor amargo de los granos del chocho después de la cocción, se escurre, enfría y se sumerge bajo agua en movimiento (lago, río, sequias) por lapso de tiempo de 2-3 días.

Este mismo proceso se hace en el campo, poniendo el chocho cocido en recipientes de 18 litros de capacidad. Se remoja en agua potable de consumo doméstico, haciendo cambio cada seis horas; en este caso el desamargado demora cinco días.

⁷CAICEDO, Carlos. PERALTA, J. Eduardo. Sistema de Producción y Procesamiento.

El grano desamargado resultante es de sabor agradable e inoloro. Se consume en forma directa o preparado con otros ingredientes de acuerdo al gusto de cada familia. Consecuentemente, el desamargado puede ser realizado de dos formas: manualmente o industrialmente.

Desamargado manual:Limpiar el grano de impurezas (residuos de cosecha, tierra o piedrecillas); seleccionar el grano por tamaño; remojar el grano durante recipiente apropiado (costalillo o canasta) y poner en agua corriente durante 4-5 días; probar un día en agua; cocer el grano en agua durante una hora; colocar en unel grano, si ya no tiene sabor amargo, quiere decir que ya está listo para ser consumido.

Desamargado industrial:Selección, clasificación y limpieza con zarandas;hidratación durante 12 horas; Cocción en cilindros con llave de salida u olla de presión; lavado en cilindros con una llave de salida para permitir el flujo de agua; secar al sol o mediante corrientes de aire caliente; almacenaje y empaçado.

2.3. BENEFICIOS DEL PRODUCTO

El chocho es utilizado ampliamente en la alimentación, una vez eliminados sus contenidos tóxicos mediante cocción y desaguado prolongados.

Tal vez su consumo más típico es combinado con tostado o con mote, aunque el cebiche de chochos, los tamales y el ají con chochos son otras preparaciones muy comunes. Actualmente también se elabora pan y pastas con harina de chocho.

Una preparación muy antigua, que se está actualmente retomando, es la leche de chocho. Se dice que en ocasiones reemplazaba a la leche materna y es de allí que parece haber surgido su nombre: de la traducción al español del término chucho que en quichua significa pezón y pecho materno.

Las proteínas (41 a 51%) y el aceite (24 a 14%); constituyen más de la mitad del peso del chocho (similar a la carne y a la leche vegetal), quitando la cáscara de la semilla y moliendo el grano se obtiene una harina constituida de proteínas en un 50%. La proteína del chocho tiene cantidades adecuadas de lisina y cistina, pero contiene sólo de 23 a 30% de la metionina requerida para el óptimo crecimiento de los animales.

La soya contiene solo alrededor de 36% de proteínas, granos como el fréjol, la lenteja y la arveja, contienen entre el 18 y el 25%, y cereales como el trigo, la avena y el maíz alcanzan apenas entre el 8 y el 13%.⁸

No tiene un alto contenido de fibra (5.3/100 gramos del grano cuido con cáscara) pero se estima que puede constituir una importante fuente de minerales y vitaminas: calcio, fósforo, hierro, Riboflavina (Vitamina B2), Niacina (Vitamina B3) y Acido Ascórbico (Vitamina C).

En 100 gramos de chocho cocido con cáscara tenemos 151 kilocalorías, 69.7 gramos de agua, 11.6 gramos de proteína (en la harina tenemos 49.6), 8.6 gramos de grasa y 9.6 gramos de carbohidratos.

El aceite de chocho es de color claro, lo cual le hace aceptable para el uso doméstico; es similar al aceite de maní y relativamente rico en ácidos grasos no saturados, incluyendo el ácido linoleico.

La planta, considerada como cálida, tiene dos importantes principios activos: isoflavonoides (hormonas vegetales), y quinolizidinicos que pueden ser utilizados en la industria farmacéutica como la esparteína usada como tónico cardíaco, antiespasmódico y sedante. Este contenido de alcaloides es el que lleva a la necesidad de desaguar el chocho antes de su consumo como alimento y a tener

⁸ Departamento Nutrición y Calidad de los Alimentos INIAP

precauciones si deseamos emplearlo con fines medicinales (puede tener algunas contraindicaciones y riesgos si no se tiene cuidado en cuanto a dosis y descripciones).

Además de su agradable sabor el chocho tiene importantes propiedades alimenticias, la principal aunque muy poco conocida es su contenido de más del 50% de proteína, más que la soya; contiene también grasas, vitaminas y minerales.

- Los chochos pueden combatir los parásitos, tomando de 6 a 10 semillas amargas en ayunas, con miel si se desea endulzar.
- Para el estreñimiento se puede tomar el cocimiento de 6 semillas.
- Para el reumatismo, artritis o gota se puede tomar diariamente en ayunas el agua de la maceración de 6 semillas molidas.
- En la provincia de Cotopaxi se lo usa como componente de una bebida para la tuberculosis.
- El chocho tiene entre el 41 y 52% de proteína (es el grano más rico en este nutriente y puede sustituir a la carne y a la leche.
- El chocho es una leguminosa que permite tratar enfermedades crónicas como la diabetes tipo II o disglucemia.
- El consumo de leguminosas ricas en proteínas como el chochos disminuye las concentraciones de glucosa e insulina en la sangre de animales y humanos".
- El calcio que contiene el chocho es tan importante para el cuerpo humano que cumple varias funciones: participa en la coagulación de la sangre, en la

irritabilidad del sistema nervioso, en la contracción y la relajación musculares, en la mineralización de los tejidos duros: dientes y huesos.

- El chocho, al ser tan rico en proteínas, permite que los tejidos de nuestro cuerpo se desarrollen y crezcan.

2.4. PROCESO DE ELABORACION DEL PRODUCTO

La leche de chocho en polvo es un alimento muy nutritivo, se elabora con chocho seco, por lo que es necesario someterlo a un proceso de cocción para hacerlo digerible. El procedimiento es sencillo, los granos de chocho son sometidos a lo que comúnmente se llama desamargado por un tiempo aproximado de una hora con dos cambios de agua cada 30 minutos, contados desde el momento que inicia a hervir para disminuir los alcaloides que son tóxicos y dan un sabor extremadamente amargo, mejorar el color de la leche de chocho. Para eliminar por completo el sabor amargo de los granos del chocho después de la cocción, se escurre, enfría y se sumerge bajo agua en movimiento (lago, río, sequias) por lapso de tiempo de 2-3 días, se deja secar en el sol dependiendo de 8 a 15 días ya que por el momento no contamos con una maquina de secado, se tuesta solo hasta que esté bien caliente el grano y se muelen hasta conseguir una fina y aromática leche de chocho en polvo.⁹

2.5. NOMBRE Y MARCA

La Empresa desarrollara y comercializara el producto bajo el nombre de “Soy San Chocho” con la etiqueta que se muestra a continuación:

⁹Empresa Soy San. Archivos

GRAFICO N° 7 NOMBRE Y MARCA DEL PRODUCTO



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

CAPÍTULO III

3. PLAN DE EXPORTACION DE LECHE DE CHOCHO EN POLVO DE LA EMPRESA SOY SAN DESDE LA CIUDAD DE RIOBAMBA,

HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS CIUDAD DE MIAMI

3.1. INTRODUCCION

El Ecuador a lo largo de su historia ha presentado un desequilibrio notable en su Balanza Comercial, teniendo las exportaciones una desventaja muy grande frente a las importaciones que realiza nuestro país.

La idea de este plan es dar a conocer todo lo relacionado a la exportación de un nuevo producto, un producto que es muy nuestro y que representaría al Ecuador en tierras extranjeras de una manera extraordinaria, para que nuestro país sea conocido y reconocido por su diversidad alimenticia e inclusive se provoque curiosidad acerca de nuestras costumbres.

La leche de chocho en polvo, como producto alimenticio nativo, de alto valor nutricional, cuyo proceso de desarrollo está directamente ligado a la dieta alimentaria de los sectores sociales de menores ingresos del país, puede constituirse en un elemento de gran importancia para contribuir a solucionar el hambre y la desnutrición.

El chocho debería estar entre los alimentos de primera línea, en especial entre quienes no pueden comer carnes. Debería ocupar un lugar prioritario en las investigaciones para desarrollar variedades “dulces” y como producto de exportación. Además el chocho desamargado, cocinado y macerado se convierte en un líquido blanco un tanto parecido a la leche materna que los nativos utilizaron al igual que la quinua para alimentar a los niños pequeños.

El chocho o tarwi (*Lupinus mutabilis* Sweet) es una leguminosa de origen andino, de importancia estratégica en la alimentación por su alto contenido de proteína (40%) y

por sus características agronómicas, como rusticidad, capacidad de fijación de nitrógeno y adaptabilidad a medios ecológicos más secos, ubicados entre 2800 y 3600 metros sobre el nivel del mar.

Queremos incentivar a la explotación de una nueva área, la producción de leche de chocho en polvo para exportación, un producto no petrolero que, según nuestro estudio, podría generar importantes ingresos a nuestro país, además de la creación de fuentes de trabajo y así contribuir al mejoramiento de la economía del Ecuador.

Para lograr este objetivo es indispensable la estructuración de un Plan de exportación, el mismo que contenga el análisis de las todas variables que intervengan en el proceso y así poder evaluar la factibilidad de implementación del propósito propuesto.

3.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE EXPORTACION DE LA LECHE DE CHOCHO EN POLVO

3.2.1.OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan de exportación de leche de chocho en polvo de la Empresa “Soy San” desde la ciudad de Riobamba hacia al mercado de los Estados Unidos ciudad de Miami.

3.2.2.OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar la situación actual de la Empresa SOY SAN con la finalidad de conocer su funcionamiento y participación en el mercado internacional.
- Proponer un Plan de Exportación de la Leche de chocho para el Estado de Miami en los Estados Unidos.

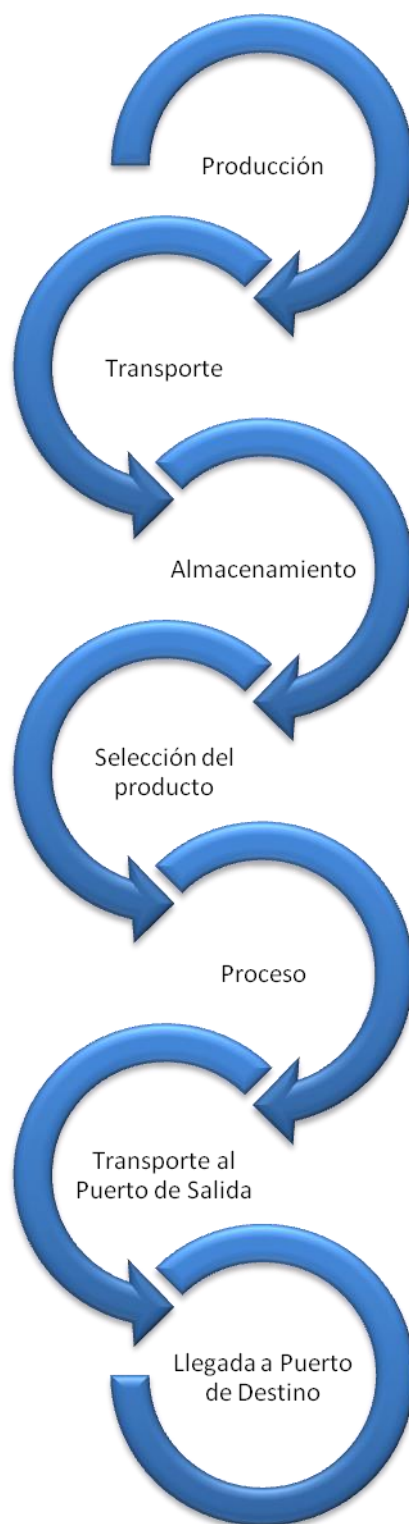
- Conocer la viabilidad de la propuesta para la implementación del plan.

3.2.3.ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Un esquema de Comercialización involucra la elección de un curso de acciones encaminado hacia una meta determinada. Para ello debemos definir no solo los pasos que debemos emprender, sino también sus secuencias y los recursos que debe emplearse a su vez la comercialización consiste en:

- Llamar la atención de los compradores potenciales.
- Lograr que los compradores potenciales conozcan los puntos adecuados de la venta de los productos.
- Lograr que el producto sea accesible en los lugares correctos y en el momento indicado.
- Hacer que nuestro producto sea el más atractivo para que el público lo compre y con precios acorde al proceso de producción.
- Determinar el precio correcto para que la empresa tenga ganancia.
- La diferencia entre los consumidores en gustos, necesidades y deseos permite una diferencia de productos y mercadeo, elevando la importancia de una estrategia de segmentación adecuada como herramienta innovadora.

GRAFICO No.8 ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

BJETIVO

3.3.1.IDENTIFICACION DEL MERCADO

Los Estados Unidos tienen una economía mixta capitalista, que es alimentada por abundantes recursos naturales, una infraestructura desarrollada y una alta productividad. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, el PIB de los Estados Unidos es mas de 13 billones y constituye más del 25,5 % del producto bruto mundial en paridad de poder adquisitivo.

Es el PIB nacional más grande en el mundo, siendo inferior al PIB combinado de la Unión Europea. Los Estados Unidos ocupa el undécimo lugar en la lista de países por PIB nominal per capital aproximadamente de USD \$ 46.859 y el octavo en la de países por PIB a valores de PPA per capital. Los Estados Unidos es el mayor importador de bienes y el tercer mayor exportador. Canadá, México, China, Japón y Alemania son sus principales socios comerciales.

Uno de los principales socios comerciales de MIAMI-DADE es Ecuador con \$1,328, 397 en importaciones, lo que representa el 1%. En los últimos tiempos se ha convertido en la puerta de América por sus vínculos culturales y económicos con Iberoamérica y el Caribe. Es uno de los centros financieros más importantes del país y en sus alrededores se sitúan gran parte de las multinacionales que operan en Latinoamérica.

Existen nichos de mercado identificados por la demanda creciente de productos étnicos y nostálgicos, provenientes de la población latina radicada en los Estados Unidos. La demanda de estos productos en el mercado estadounidense está siendo atendida.

Por lo tanto, al ser Estados Unidos un país con una de las mejores economía, con altísima población (aproximadamente **316 352 320 millones de habitantes**), con

buenos ingresos per cápita, se convierte en un mercado atractivo, hay que recalcar que la mayor exportación del Ecuador están dirigidas a este país y la demanda creciente por el consumo de productos naturales es una ventaja que permitirá ingresar el producto con oportunidades de crecimiento y rentabilidad para la empresa.

Por la naturaleza del producto de este plan de exportación, los segmentos de mercado específicos que se pretende satisfacer son los siguientes:

- Los 215 supermercados que venden productos naturales, ubicados en varios puntos de la ciudad de Miami, ya que la gran cantidad de hispanos ubicados en esta ciudad buscan un alimento al cual están, acostumbrados a consumir.
- El 5.8% de habitantes de 5 a 9 años de edad de la ciudad de Miami, con costumbres de poca buena alimentación natural, es lo que se pretende atender.
- 183 Tiendas especializadas en la venta de productos naturales de diversos tipos: son un potencial cliente puesto que se caracterizan por ofrecer a los clientes beneficio y calidad en lo que van a comprar, en Miami existen algunas en las cuales se distribuye únicamente productos naturales.

TABLA No.8POBLACION DE MIAMI POR EDADES

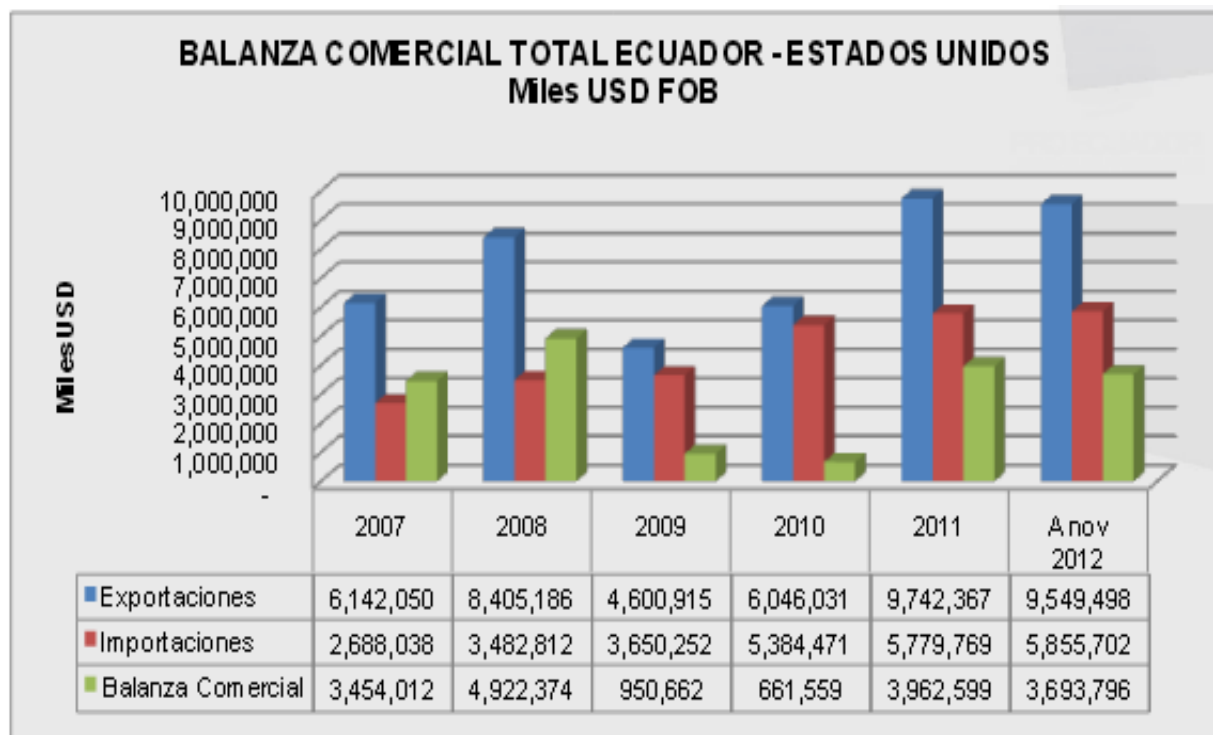
Geography: Miami-Dade County, Florida ▾		
Subject	Number	Percent
SEX AND AGE		
Total population	2,496,435(r21535)	100.0
Under 5 years	149,937	6.0
5 to 9 years	145,253	5.8
10 to 14 years	152,541	6.1
15 to 19 years	168,514	6.8
20 to 24 years	176,823	7.1
25 to 29 years	172,129	6.9
30 to 34 years	168,338	6.7
35 to 39 years	184,733	7.4
40 to 44 years	187,664	7.5
45 to 49 years	198,253	7.9
50 to 54 years	168,364	6.7
55 to 59 years	147,653	5.9
60 to 64 years	124,220	5.0
65 to 69 years	100,980	4.0
70 to 74 years	85,996	3.4
75 to 79 years	67,140	2.7
80 to 84 years	52,031	2.1
85 years and over	45,866	1.8

Fuente: United States Census
Elaborado: La Autora

3.3.2.RELACIÓN COMERCIAL ECUADOR – ESTADOS UNIDOS

El Ecuador ha exportado 1,197 subpartidas (10 dígitos) hacia Estados Unidos en el año 2011, entre las principales tenemos aceite crudo de petróleo 77.25%, seguido por los demás camarones congelados con 4.76%. La balanza comercial se ha mantenido superavitaria en los últimos cinco años, llegando en el 2011 a USD 3,962 millones y en el 2012 de enero a septiembre a USD 3,693 millones.

TABLA N° 9 BALANZA COMERCIAL



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaborado: La Autora

3.3.3. ARANCELES Y PREFERENCIAS

Los aranceles que se presentan en el siguiente cuadro corresponden a los promedios Ad-Valorem que Estados Unidos aplica a los principales productos de la oferta exportable ecuatoriana.

TABLA N° 10 ARANCELES Y PREFERENCIAS

ARANCEL COBRADO POR ESTADOS UNIDOS A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR		
Subpartida	Descripción	Arancel
2709.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	0.0%
0306.13	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	0.0%
0803.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	0.0%
7108.12	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	0.0%
0603.11	ROSAS FRESCAS CORTADAS	0.0%
2707.50	NAFTA DISOLVENTE	0.0%
1801.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	0.0%
2710.19	ACEITE DE PETRÓLEO FUELOILS (FUEL)	0.6%
1604.14	ATUNES EN CONSERVA	7.6%
0603.19	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	0.0%
0304.19	FILETES DE TILAPIA FRESCA O REFRIGERADA	0.0%
0803.00	BANANAS FRESCAS TIPO «PLANTAIN» (PARA COCCIÓN)	0.0%
0304.29	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS DE TILAPIA	0.0%
4407.22	POL (CLORURO DE VINILO) OBTENIDO POR POLIMERIZACIÓN EN SUSPENSIÓN	0.0%

Fuente: Centro de Comercio Internacional Mac.Map CCI
Elaboración: La Autora

3.3.4.BARRERAS NO ARANCELARIAS

3.3.4.1. REQUISITOS PARA ARANCELARIOS

Maintenance Processing Fee –MPF(Cuota de Procesamiento de Mercancías)

Conforme a la normativa 1401 de 19 Code of Federal Regulations del USCBP los importadores deben pagar una cuota de procesamiento de mercancías (MPF) al momento de presentar los documentos de nacionalización, trámite que se conoce como “Entrada” o Entry, todos los artículos tienen que ser entrados.

Las entradas deben ser formales cuando el valor comercial de las mercancías supera los USD 2,000 dólares, con la excepción de ciertas importaciones comerciales como textiles que tienen un valor superior a los USD 250.

El MPF para entradas formales corresponde a una tasa Ad Valorem de 0,21 % o 0,021, el que se calcula sobre el valor de la mercancía importada, sin incluir

impuestos, fletes y gastos de seguro. Cabe anotar, que el monto máximo de la tasa no podrá ser superior a USD 485 y en ningún caso podrá ser inferior a USD 25.

Harbor Maintenance Fee-HMF

El USCBP es la entidad oficial encargada de recaudar aranceles e impuestos para el gobierno federal, estatal y local. Si una mercancía entra por vía marítima, existe una tasa que debe ser pagada denominada Harbor Maintenance Fee, que es del 0,125 % Ad-Valorem de la carga comercial enviada. Cabe mencionar que el HMF no se aplica si la mercancía es importada o transportada por vía aérea o por correo postal.

Cuotas y Contingentes Arancelarios

Existen otras barreras a las importaciones que toman la forma de contingentes arancelarios, a productos tales como: azúcar de caña, remolacha y productos que contengan azúcar (leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado); productos lácteos como manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados, carnes de vaca, maní; y productos de maní, algodón y tabaco, entre otros. Los contingentes arancelarios en promedio están un 10% sobre el nivel de la cuota que se debe pagar y en casos son aranceles prohibitivos pues pueden alcanzar hasta el 350%.

3.3.4.2. REQUISITOS SANITARIOS/FITOSANITARIOS

El FDA Food and Drug Administration (Agencia de alimentos y medicamentos) emite un número de registro para la planta procesadora y otra para el producto, el cual debe constar en la etiqueta. Para obtener estos registros se debe solicitar y llenar los formularios del FDA para productos procesados.

3.3.4.3. REGISTRO DE INSTALACIONES

Este requisito establece que quien desee exportar a EE.UU. productos agroalimentarios debe estar previamente registrado en un padrón de exportadores administrado por la FDA. Para registrarse los exportadores deben completar un formulario de “Registro de instalaciones” ante esta institución.

3.3.4.4. NOTIFICACIÓN PREVIA

La FDA solicita que se notifique con antelación el envío de cualquier embarque de los alimentos sujetos a la Ley contra el Bioterrorismo con el fin de poder revisar, evaluar y juzgar la información proporcionada antes de que el producto llegue a EE.UU., para determinar si amerita o no una inspección.

Para realizar la notificación previa se debe completar un formulario, el cual debe ser recibido y confirmado por la FDA no mas de cinco días antes de la llegada del embarque y no menos de dos horas antes de la llegada si es por carretera, cuatro horas si es vía aérea o férrea u ocho horas si la vía es marítima.

3.3.4.5. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Con el fin de mejorar el control y la vigilancia de los productos que se comercializan en los EE. UU., la FDA solicita establecer y mantener registros relacionados con la manufactura, procesamiento, empaque, distribución, recepción, almacenamiento e importación de los productos que se exporta a EE.UU.

Etiquetado General (General Food Labeling)

La información del etiquetado general se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medida del sistema anglosajón. Además, se debe especificar el país de origen. Para el etiquetado general es necesario considerar los siguientes elementos.

El nombre común o usual del alimento

La cantidad exacta del contenido neto (peso, volumen)

El nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor

Lista completa de los ingredientes, enumerados en orden descendente a la cantidad presente del producto.

HACCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos)

La FDA ha adoptado el sistema de protección de los alimentos conocidos como HACCP reconocido mundialmente como un enfoque sistémico y preventivo que considera los riesgos biológicos, químicos y físicos mediante la anticipación y la prevención, y para evitar enfermedades causadas por alimentos mal manejados durante las etapas de producción y distribución.

Productos Orgánicos

Los productos orgánicos son controlados por el Programa Nacional de Productos Orgánicos (National Organic Program) del USDA, el cual establece los requisitos para los procesos de producción, procesamiento, empaque, etiquetado, almacenamiento y distribución. La única manera de comercializar un producto como orgánico en los EE.UU. es si cuentas con la certificación aprobada por el USDA.

Certificado de origen

Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, COMUNIDAD ANDINA, Sistema General de Preferencias (países de la Comunidad Europea) y a los Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Los Certificados de Origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de: Industrias Pequeña Industria, Comercio, Artesanos, y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

GRAFICO N° 9 CERTIFICADO DE ORIGEN

CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES			
 FEDEXPOR <i>Calidad para el mundo</i>		ECUADOR	
CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN		A N° 003213	
<p>LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERIAS. <i>The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.</i></p>			
<p>DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____</p> <p><i>Declared in Commercial Bill No. _____</i></p>			
<p>POR _____ <i>by</i></p>			
<p>EMBARCADOS EN _____ <i>Shipped at the port of</i></p>		<p>REPUBLICA DEL ECUADOR</p>	
<p>EN EL TRANSPORTE _____ <i>On the vessel</i></p>		<p>DE BANDERA _____ <i>of flag</i></p>	
<p>CON DESTINO A _____ <i>bound for</i></p>			
<p>Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____ <i>and consigned to for</i></p>			
<p>SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR <i>are of Ecuadorian origin</i></p>			
B U L T O S P A C K A G E S			A R T I C U L O S I T E M S
M A R C A S M A R K S	C A N T I D A D Q U A N T I T Y	C L A S E C L A S S	D E S I G N A C I O N D E L A S M E R C A D E R I A S
			<p>Quito, _____ del 200 _____</p> <p style="text-align: center;">FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>

Fuente: Fedexpor
Elaboración: La Autora

3.3.5.EL ATPDEA Y SU INCIDENCIA ACTUAL EN EL COMERCIO DE BIENES ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS

Las Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA) durante el tiempo que no estuvieron en vigencia los productos ecuatorianos llegaron con un precio superior hasta el mercado de los Estados Unidos. La no renovación de este beneficio implicó el pago de aranceles que van desde el 1,5 % hasta el 14,9% valores que por el momento fueron asumidos por los importadores americanos.

El aumento de los precios tiene un leve impacto en aquellos productos en los que Colombia es nuestro principal competidor, como el caso de las flores. El vecino país también está a la espera de que los congresistas debatan y aprueben una nueva extensión y por ende sus productos también ingresen con un sobrecargo en el costo de venta al consumidor. Lo cual, aunque no es un beneficio, tampoco deja en desventaja al país porque los precios de ambos son similares.

El sistema de preferencia es un granito de arena dentro de todos los paquetes de leyes que tiene que aprobar el legislativo americano. Uno de esos temas es la aprobación de los subsidios para quienes quedaron desempleados debido al incremento de importaciones, así como la renovación del Sistema General de Preferencias (SGP).

La extensión del Atpdea fue aprobada por el Congreso de Estados Unidos, cuando voto por la implementación de los tratados de libre comercio de Estados Unidos con Panamá, Corea y Colombia, los que incluyen la reactivación del Atpdea para Ecuador y Colombia. El Atpdea fue extendido hasta el 31 de julio de 2013 y con efecto retroactivo.

Esta acción se realiza en el marco de lo que se conoce como el principio de responsabilidad compartida entre los países en donde se origina la demanda de drogas y los países en los que se produce y comercializa la droga. En esta lucha Ecuador sigue siendo un país libre del cultivo de coca y mantiene firme y contundente acciones en contra del narcotráfico. Esta renovación es un reconocimiento a esa política y al esfuerzo del Gobierno Nacional en su lucha contra el narcotráfico.

El Atpdea (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) en español Ley para la Promoción del Comercio Andino y la Erradicación de las Drogas, es una Ley que otorga preferencia arancelaria, es decir que exonera del pago del impuesto a la importación de ciertos productos proveniente de los países andinos al ingresar al mercado de los Estados Unidos, para desincentivar el cultivo de droga ilícita en la región.

3.4. PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.4.1.GENERALIDADES

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

3.4.2.EXPORTACIÓN A CONSUMO

La exportación a consumo, de conformidad al código orgánico de la producción comercio e inversiones, es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio ecuatoriano para su uso o consumo definitivo en el exterior.

La exportación consiste en establecer contacto directo con el importador y realizar todo el proceso de la operación de exportación. Esto involucra la utilización de mayores recursos, contar con recursos humanos bien capacitados en comercio internacional y además, con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones.

Se propone efectuar la exportación a través de un bróker, enviando las mercancías y finalmente efectuando la cobranza. Todo este proceso implica asumir los riesgos propios de toda operación de exportación, como por ejemplo, la ocurrencia de siniestros (gastos internos, incendios, desastres naturales, accidentes, entre otros), todo esto dependiendo del tipo de negociación que se acuerde. Por otro lado, asume el riesgo de no pago lo que dependerá del medio de pago utilizado y de las medidas de protección que pueda adoptar el exportador. Esta estrategia se aplicará porque se considera que es la forma más apropiada para llegar al mercado meta.

3.4.3. TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN

Requisitos para ser Exportador:

Registró de firmas en el Banco Central del Ecuador (Trámite por una sola ocasión)

a) Personas Naturales.-

- Cédula de Ciudadanía.
- Registro Único de Contribuyente (RUC)

b) Personas Jurídicas

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación

c) Instituciones del Sector Público

- Código de catastro
- Oficio del Representante Legal en el que consten el Código de catastro, los nombres y apellidos y los números de las cédulas de Ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

3.4.3.1. PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN

- Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el banco central del Ecuador.
- Presentar la declaración de exportación, en el **Formulario Único de Exportación FUE**(original y cinco copias).
- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.
- No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una "lista de bultos" (packing list), especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.

➤ Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

- a) Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.
- b) Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

3.4.3.2. PROCEDIMIENTO ADUANERO

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

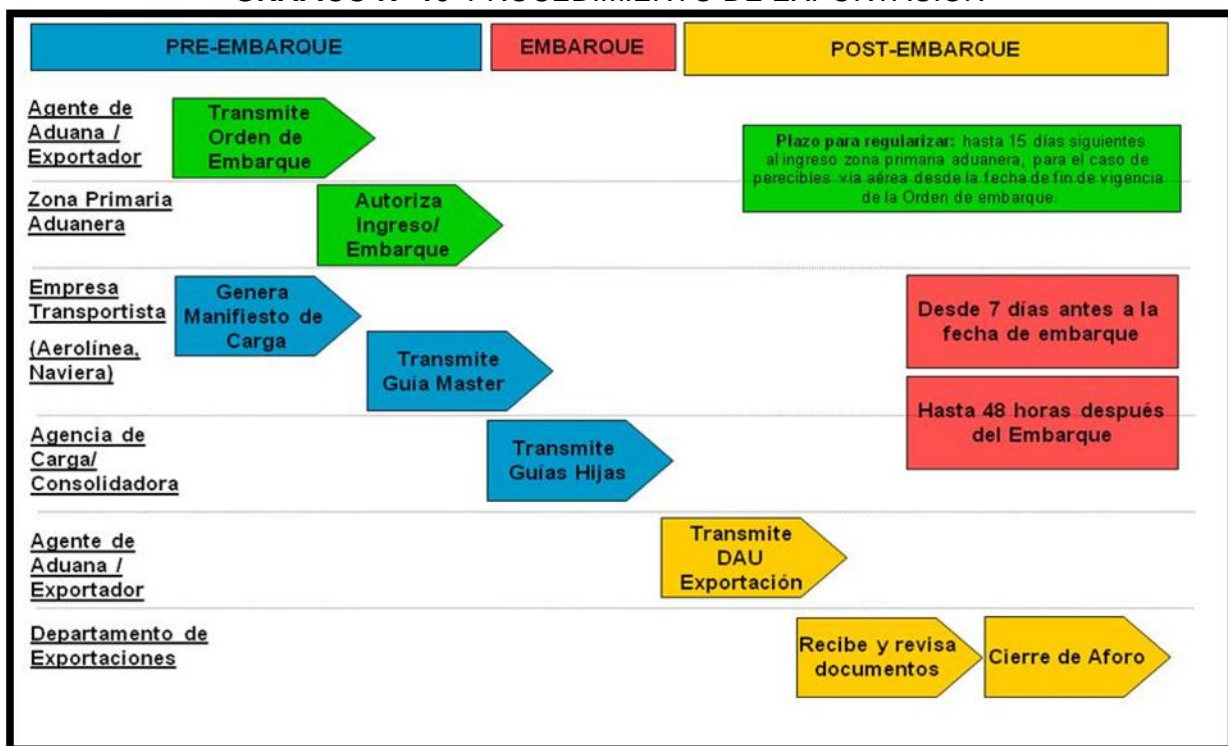
La Declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la Aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles

siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)
- Factura comercial, en original y cuatro copias
- Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central.

GRAFICO N° 10 PROCEDIMIENTO DE EXPORTACION



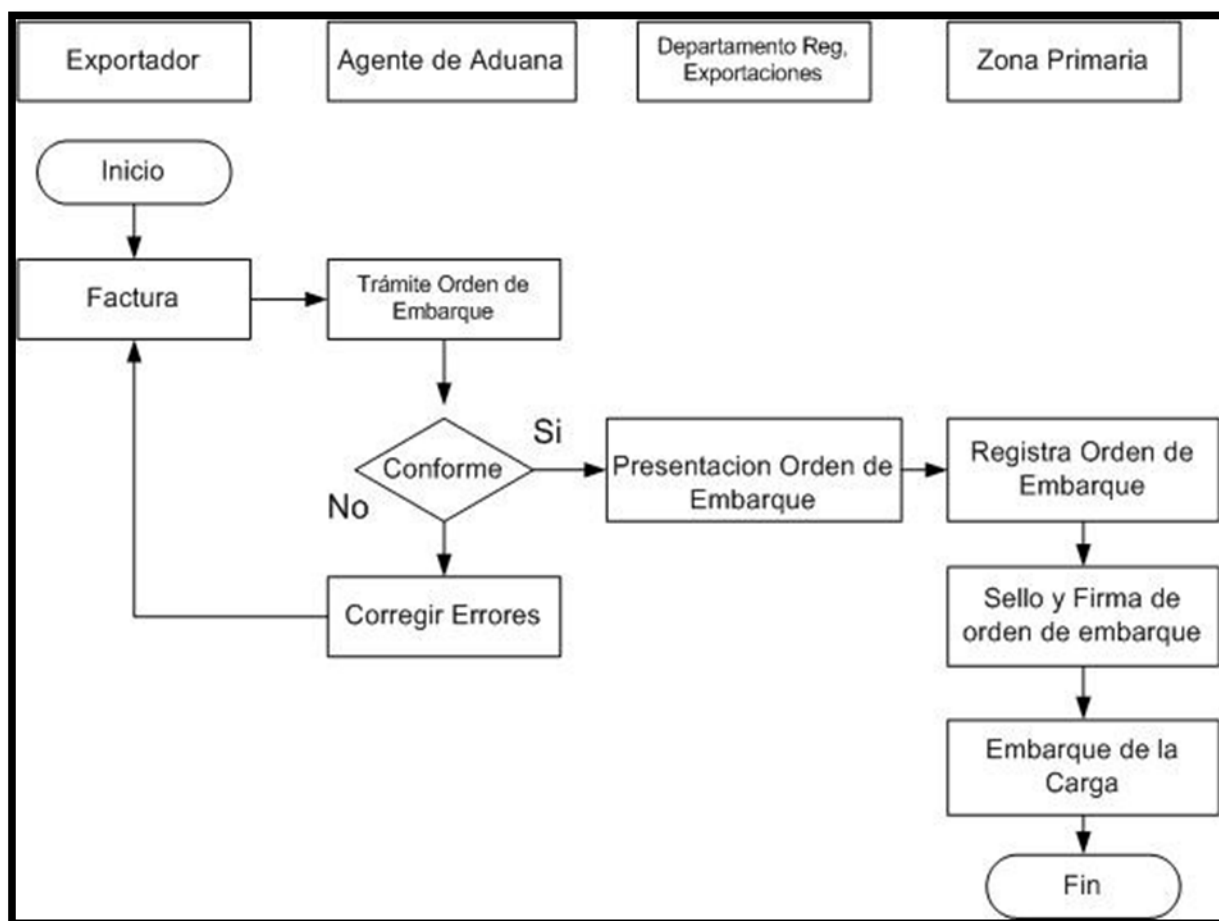
Fuente: SENAE
Elaboración: La Autora

3.4.4.DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EXPORTAR

Para realizar una exportación, sea de consumo o muestra, se requiere de cierta cantidad de documentos de pre y post embarque detallados a continuación:

3.4.4.1. DOCUMENTOS DE PRE- EMBARQUE

GRAFICO N° 11 PROCESO PRE-EMBARQUE



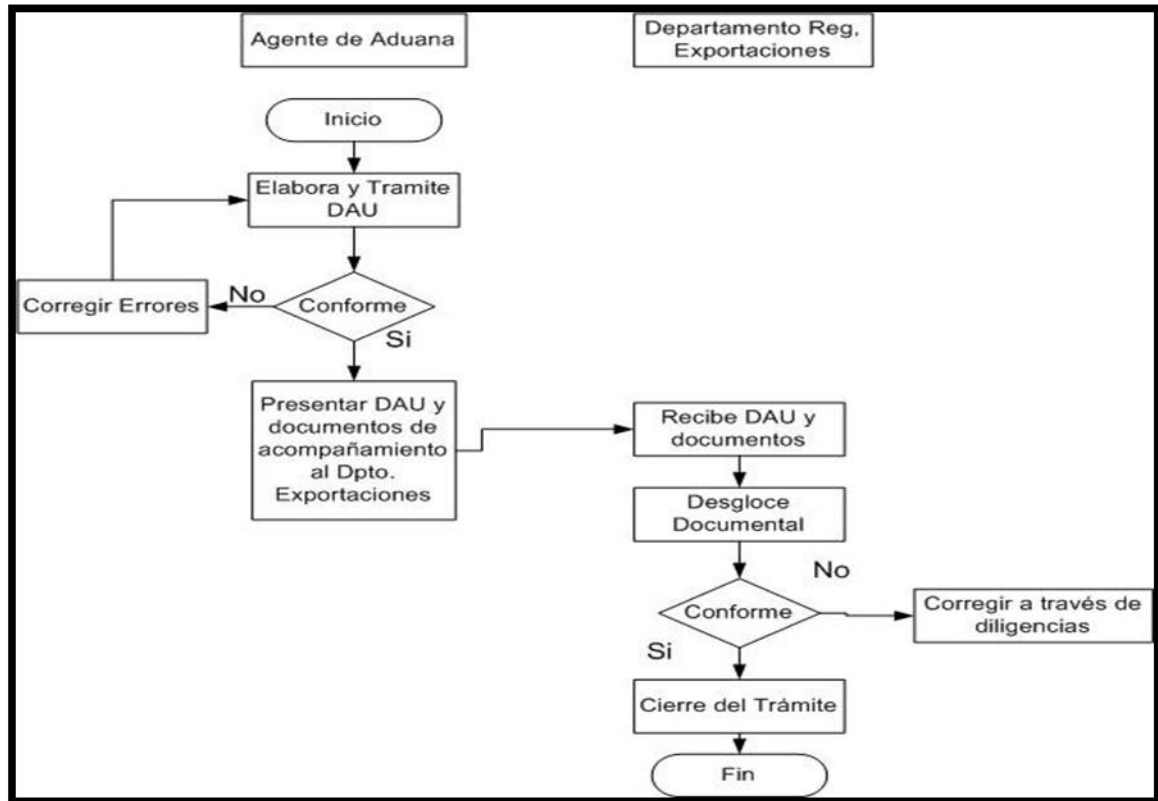
Fuente: Soy San
Elaborado: La Autora

1. Nota de Cotización.- Como paso inicial el importador que necesita un producto, solicita al exportador o a su representante.
2. Factura Proforma.- En respuesta a la nota de cotización, emite la factura proforma la importador, en la cual hacemos conocer nuestras condiciones de venta, mediante carta, fax, internet o cualquier otro medio.
3. Carta de Confirmación.- El importador realiza esta carta de confirmación en la que solicita el pedido del producto y detalla las instrucciones de embarque.
4. Carta de Crédito.- Es la forma de pago que se realiza generalmente por medio de la carta de crédito.
5. Notificación de embarque.- El exportador notifica el embarque del producto al importador.

3.4.4.2. DOCUMENTO DE POST-EMBARQUE

Son todos los documentos tramitados después de realizar el embarque del producto.

GRAFICO N° 12 PROCESO POST-EMBARQUE



Fuente: Soy San Elaborado: La Autora

6. Factura Comercial.- Documento emitido por el exportador que describe el producto vendido a nombre del importador. Aquí se señala todos los datos relativos al envío: descripción detallada del producto, cantidad de cajas, peso neto y total, numero de pedido, precio, condiciones de venta, lugar de embarque y de llegada, tipo de negociación (FOB), sub-partida arancelaria.

7. Conocimiento de embarque.- Es la guía marítima la que contiene el puerto de origen y el puerto de destino, quien es el importador, el exportador, peso, cantidad y demás características del embarque.

8. Recibo de pago de CORPEI.- En toda exportación se debe cancelar por concepto de contribución, el cupón CORPEI, el mismo que constituye un documento de

acompañamiento a la exportación y cuyo costo es del 1,50% sobre el valor FOB por embarque.

9. Lista de empaque.- Conocida también como guía de remisión, en la que se detalla la mercadería embarcada de acuerdo a cada ítems declarado. Asignándole un numero a cada caja con su contenido respectivo.

10. Certificado de Origen.- Cuando la exportación está dirigida hacia países con los cuales Ecuador mantiene acuerdos bilaterales o multilaterales de Preferencia Arancelaria, es necesario un certificado de origen que garantiza el origen del producto. El importador con el certificado de origen justifica ante la aduana de su país que la mercadería ha sido producida en el país del exportador y no adquirida por un tercer país.

11. Nota detallada de gastos.- Son todas las facturas de gastos y contratación por seguros y fretes del producto, que son asumidas por el importador.

12. DAU.- Es la declaración de Aduanas, documento en el cual se detalla toda la información de exportador y documentos de acompañamiento. El DAU se puede presentar manual o electrónicamente (DAU-e), de forma directa o con la intervención de un agente de aduanas. La DAU-e se presentara a trámite a través del SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior).

13.- Cualquier otro documento que el importador crea necesario

3.5. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN

3.5.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Un elemento básico en el comercio exterior es la identificación de cada mercadería a través de un sistema numérico armonizado de entendimiento internacional. Sobre

ello se establecen los requisitos de importación así como la asignación de aranceles y gravámenes.

La Clasificación Arancelaria permite la identificación de las mercaderías que se comercializan. Facilita el que las aduanas apliquen las medidas arancelarias y no arancelarias. Se le conoce como un Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, de aceptación internacional, cuya estructura obedece a la siguiente jerarquía: secciones, capítulos, subcapítulos, partidas y sub-partidas.

En nuestro caso el código de la partida arancelaria de la Leche en Polvo queda de la siguiente manera:

Capítulo 19 Preparación a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.

Subcapítulo 01 Extracto de malta, preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, que no contenga cacao o con un contenido de cacao inferior al 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, no expresadas ni comprendidas en otra parte; preparaciones alimenticias de productos de las partidas 04.01 a 04.04 que no contengan cacao o con un contenido de cacao inferior al 5% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, no expresada ni comprendida.

Partida 90—Manjar blanco o dulce de leche

Subpartida 90---- Los demás (leche de chocho en polvo)

El arancel según **Harmonized Tariff Schedule of the United States** (Lista Armonizada arancelaria de los Estados Unidos) es de 6,4 % por kg en vista de que Ecuador se encuentra en la fase comercial con Estados Unidos, caso contrario sería de 20% por kg aquellos países que no tienen condiciones comerciales establecidas normales con Estados Unidos.

3.5.2. NEGOCIACIÓN DE INCOTERMS.

TABLA N° 11GRUPO DE INCOTERMS

GRUPOS	RESPONSABILIDAD
GRUPO E EXW (Ex fábrica)	<ul style="list-style-type: none"> • Máxima responsabilidad para el comprador. • Mínima responsabilidad para el vendedor.
GRUPO F FCA (Franco Transportista) FAS (Franco al costado del buque) FOB (Franco a bordo)	Se le encarga al vendedor depositar las mercancías en un medio de transporte escogido por el comprador.
GRUPO C CFR (Costo y Flete) CIF (Costo, seguro y flete) CPT (Transporte pagado hasta) CIP (Transporte y seguro pagado hasta)	Se le encarga al vendedor contratar adicionalmente el transporte y/o el transporte y el seguro.
GRUPO D DAF (Entrega en frontera) DES (Entrega sobre buque) DEQ (Entrega en muelle) DDU (Entrega derechos no pagados) DDP (Entrega derechos pagados)	<ul style="list-style-type: none"> • Máxima responsabilidad para el vendedor. • Mínima responsabilidad para el comprado.

Fuente: Libro “Como hacer Importaciones”

Elaboración: La Autora

Los Incoterms (International Commercial Terms), son un conjunto de denominaciones con versión simplificada, establecidas por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) con sede en París, que define el inicio y fin de las responsabilidades del importador y exportador de acuerdo a un término negociado entre ellos.

Los incoterms regulan:

Las condiciones de entrega de las mercancías

La distribución de documentos, costos y riesgos de operación.

Los incoterms no regulan:

La forma de pago de la operación

La legislación aplicable a los puntos no reflejados en los Incoterms

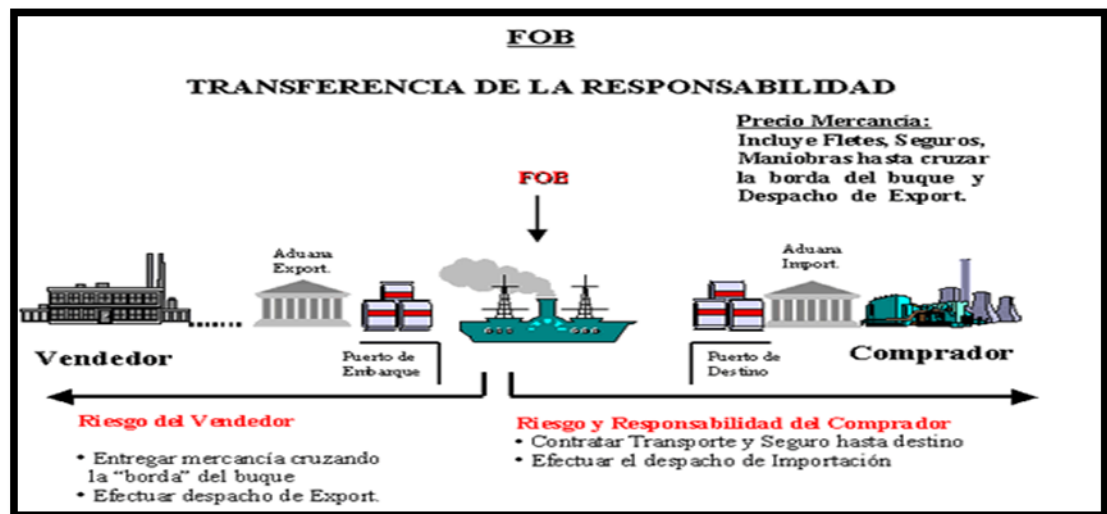
Grupos de Incoterms, estos grupos reúnen 4 términos E, F, C, D.

3.5.3.TÉRMINO DE LA EXPORTACIÓN.

En nuestro caso de acuerdo al encuentro mantenido con nuestro encargado del departamento de ventas en una feria internacional que se desarrollo acabo en la ciudad de quito, se logro contactar con un empresario norteamericano residente en Miami, para lo cual se efectuó la negociación en términos FOB.

FOB FREE ON BOARD (FRANCO A BORDO)

GRAFICO N° 13 PROCEDIMIENTO FOB



Fuente: <http://www.logfor.com/fob.php>

Elaboración: La Autora

- El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. Todos los gastos y riesgos son por cuenta del exportador.
- El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel.
- El incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.
- El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.
- Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesario
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

- Flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

3.5.4. FORMAS DE PAGO

Este es uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior.

Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías cheques, giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

Cheques: Si se decide aceptar esta forma de pago deberá prestar atención a que: el nombre del beneficiario se anote correctamente así como las cantidades escritas en números y letras coincidan, y el documento no presente alteraciones o enmendaduras.

Giro bancario: Se define como un título de crédito nominal que debe expedirse a nombre de una persona física o de una empresa. Son de negociabilidad restringida, ya que los bancos sólo los reciben como abono en cuenta. Debe buscarse que los giros a cargo del banco del importador sean de fácil aceptación en el banco del exportador. No debe despacharse las mercancías mientras no se reciba y se presente el documento original para el cobro.

Orden de pago: Se basa en una transferencia de recursos entre cuentas bancarias. Debe especificarse con claridad en qué momento deben recibirse los fondos con relación a la movilización física de las mercancías. También es importante aclarar quién y cómo se cubrirán los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen en esta forma de pago.

Cobranzas bancarias internacionales: El exportador acude a un banco y le solicita el servicio de cobranza internacional, indicando por escrito qué instrucciones deberá acatar. Asimismo, deberá entregar los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito (letra de cambio o pagaré) con el fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal, de preferencia establecido en la plaza del importador, presente o entregue a este último los documentos contra el pago del importe respectivo o con la aceptación del título de crédito.

Cartas de crédito: Constituye la modalidad más utilizada en el comercio internacional. Los participantes corresponden a: exportador o vendedor que inicia el procedimiento al negociar las condiciones de la carta de crédito y embarcar las mercancías; importador o comprador que pone en marcha los trámites para establecer la carta de crédito; banco emisor, es el que abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones del importador; banco intermediario (corresponsal) cuya principal función es la de evaluar o calificar a los clientes y a los documentos. Al respecto, el importador solicita la apertura del crédito al banco emisor y éste transmite las instrucciones al banco intermediario para que se lleve a cabo la operación conforme a los términos y condiciones convenidas entre el importador y exportador. Por medio del banco corresponsal, el banco emisor avisa al beneficiario del crédito (exportador) para que proceda al embarque de la mercancía y una vez que presente los documentos comprobatorios podrá hacer efectivo el importe de la operación.

“Luego de llegar a un acuerdo se decide cerrar el negocio mediante un **Giro Bancario** de Empresa a Empresa con un depósito que corresponde al valor FOB(factura). Al momento de arribo, el vendedor presenta ante la entidad financiera, el respectivo documento que avala el despacho de la mercancía, para efectos decobro del giro”

3.5.5. EMBALAJE Y ETIQUETADO

Al ser el embalaje uno de los elementos más importantes en la exportación, la correcta utilización de ellos permitirá preservar la calidad de sus productos.

Luego del procesamiento de la Leche de chocho; el producto es empacado en fundas herméticas de 1000 gramos, cuyas envolturas tienen la imagen y el nombre de “**SOY SAN LECHE DE CHOCHO**”, luego son colocadas en cartones para su posterior transporte y exportación.

GRAFICO No 14 MODELO DE EMPAQUE DEL PRODUCTO



Fuente: Soy San
Elaboración: La Autora

Para que un producto alimenticio pueda ingresar a los Estados Unidos se debe cumplir con la Ley Federal de la Food and Drug Administration (FDA) ya que esta prohíbe la importación de artículos adulterados o mal Etiquetados y productos defectuosos, inseguros, sucios o en condiciones insalubres. Los productos no pueden estar mal etiquetados, tener diseños o imágenes falsas o engañosas o etiquetas que no proporcionen la información requerida.

a) Mercado de origen: El mercado de origen hace relación con el país de manufactura, producción o cultivo del bien y los productos que no tengan el mercado de origen no podrán ingresar a los EE.UU, es por este motivo que antes de ingresar los productos es fundamental cerciorarse que los bienes hayan sido debidamente marcados antes de ser despachados, pues de otra manera estos serán detenidos por el United States Customs and Border Protection(USCBP).

El mercado es importante porque el objetivo es informar al consumidor final sobre la procedencia del producto a fin de que pueda hacer una elección inteligente sobre que producto desea adquirir. El mercado debe ser indeleble de manera que no se borre o dañe hasta que el producto llegue al consumidor final. Además el mercado es importante porque sirve para indicar el país correcto para determinar el arancel aplicable, la multa que se deberá pagar por el hecho de que una mercancía no tenga marcado el país de origen es del 10% del valor del bien en función del avalúo del USCBP, se pueden poner multas adicionales por mala fe, marcados falsos tendrán una sanción pecuniaria; pueden ser confiscados y sanciones criminales pueden ser del caso. Si la mercadería no tiene marcado el país, el artículo puede ser reexportado, destruido o se permitirá el marcado de forma apropiada bajo la supervisión del USCBP antes de que la importación sea liquidada una vez que se haya cancelado la multa del 10%.

b) Etiquetado: La información general que se requiere presentar en las etiquetas es la siguiente:

La información específica en la sección de visualización principal es la que se debe consignar en el empaquetamiento frontal del producto para paquetes rectangulares; en contenedores cilíndricos es el 40% de la altura por la circunferencia del producto y para empaques de otras clases el 40% de la superficie total. En esta sección va el enunciado de la identificación del producto y el nombre común ej: cereal, azúcar, avena, etc. Igualmente se puede usar nombres más representativos como la clase de arroz, proveniencia, tipo especial, etc. Se debe consignar el peso neto en medidas del sistema estadounidense es decir en onzas, libras, y pueden estar con su equivalencia en gramos, kilogramos, entre otras informaciones adicionales.

3.5.6.CONTRATACION DE TRANSPORTE INTERNO

La Empresa decide contratar para el transporte de la mercancía a exportar, a la Compañía de Transporte Pesado CIATEITE S.A, ubicada en la provincia de Guayas. La Compañía cuenta con modernas unidades, lo cual permitirá que nuestro producto llegue en óptimas condiciones, en el momento indicado y en el lugar acordado; es decir el lugar de embarque Puerto de Guayaquil, el costo del transporte debe ser cancelado en el momento de llegada al destino final.

3.5.7.DOCUMENTOS BASICOS DE ACOMPAÑAMIENTO

Factura Comercial

En la resolución 1239 de la Comunidad Andina de Naciones CAN en el Artículo 3 indica que:

A los efectos de la aplicación del primer método “Valor de Transacción de las mercancías importadas” establecido en el artículo 1 del Acuerdo sobre Valoración de la OMC, la factura comercial debe:

- 1.** Reflejar el pago total por las mercancías importadas efectuado o por efectuarse del comprador al vendedor, independientemente de que la forma de pago sea directa y/o indirecta.
- 2.** Ser un documento original y definitivo. En tal sentido no se aceptará una factura pro forma.
- 3.** Ser expedida por el vendedor de la mercancía.
- 4.** Carecer de borrones, enmendaduras o adulteraciones.
- 5.** Contener como mínimo los siguientes datos:
 - a)** Número y fecha de expedición.
 - b)** Nombre y dirección del vendedor.
 - c)** Nombre y dirección del comprador.
 - d)** Descripción de la mercancía.
 - e)** Cantidad.
 - f)** Precio unitario y total.
 - g)** Moneda de la transacción comercial.
 - h)** Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos Internacionales de Comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, u otros acuerdos.

La factura comercial puede tomar la forma de un mensaje electrónico, en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos antes señalados, aplicándose lo establecido en la legislación nacional sobre regulación del comercio electrónico.

Cuando las facturas comerciales se presenten en un idioma diferente al español, la autoridad aduanera podrá exigir al importador que adjunte la traducción correspondiente.

GRAFICO N° 15 FACTURA COMERCIAL

Factura Comercial

Exportador	Fecha	Numero de Orden de Compra
	Orden de Compra Numero	Condiciones de Venta
Destino Final	Numero de Factura Comercial	Numero de Factura Proforma
	Telefono del Destinario Final	Numero de Cuenta del Cliente
Destinatario Intermedio	Transportista	Puerto de Descarga
	Estado	Ultimo Destino
	Nombre del Contacto Exportador	Telefono del Exportador

Piezas	Codigo de Identificación de la Mercancia	Descripción de la Mercancia	Numero de Arancel Aduanero	Precio p/Unidad	Valor Total

Valor FOB	
Transporte Terrestre	
Cargas de Empaque	
Cargas Consular	
Transporte Aereo/Marítimo	
Seguro	
Costos Otros	

Total USD

Titulo
 Firma Autorizada

Page of

Fuente: <http://www.comercio-exterior.es/es/action/factura+comercial.htm>
 Elaboración: La Autora

CAPITULO IV

4. ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo determinado de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata. Por lo tanto si se dice que el tamaño de la empresa es de 5 Tn, con un tiempo laboral de 8 horas al día por 2 meses al año que trabajará el centro de procesamiento dándonos una capacidad de producción de 5000 fundas de 1000gr.anuales.ARBOLEDA VELEZ, 2004, Pág. 119

4.1. COSTO DE PRODUCCIÓN

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental del estudio técnico, puesto que este estudio permitió estimar y distribuir los costos de una exportación al año en términos totales y unitarios, es así que el costo de producción es de 15.362 USD y se divide en los siguientes rubros:

- a. **Materia prima y materiales directos.**-Son los que quedan formando parte integral del producto terminado y este es leche, envases, etc.
- b. **Mano de obra directa.**- Es la que se utiliza para transformar la materia prima en productos terminados.
- c. **Gastos generales de fabricación.**- Son aquellas que se incurre durante el proceso en rubros como, agua, luz, teléfono, arriendos, depreciación y estos son:

CONCEPTO	C. UNI. TN	PARCIAL	TOTAL
1. COSTO DE PRODUCCION			15362
a. DIRECTOS			14552
MATERIA PRIMA	10	12000	
MANO DE OBRA	8	2552	
b INDIRECTOS			810
Materiales	1	750	
Luz	1	60	

Cuadro No.1: Costo de Producción

Realizado por: La Autora

Fuente: Soy San, mercado

4.2. COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO

Dentro de los costos y gastos del presente proyecto de exportación tenemos:

Costo de administración.

Son aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, secretaria, contadores, auxiliares, prestaciones sociales, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, seguros de organización de la empresa.

2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN			1287
Suministros de oficina		12	
Sueldos	1	400	
Depreciación equi. de ofic., M.E y V		875	

Cuadro No.2: Costos administrativos

Realizado por: La Autora

Fuente: Soy San, mercado

Costo de ventas

Son aquellos gastos en que incurre una empresa para vender su producción y son: Sueldos y salarios, comisiones a vendedores, prestaciones sociales, útiles de aseo, papelería, servicios básicos, alquileres, transportes y fletes, viáticos y gastos de viaje, publicidad, depreciación vehículo de reparto, etc.

3.COSTO DE VENTAS			265
Suministros de oficina		15	
Publicidad		120	
Trasporte Interno	1	130	

Cuadro No.3: Costo de venta
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar por los préstamos obtenidos y son: Intereses a corto y largo plazo y estos costos son cero ya que el capital y la inversión es propiedad Soy San proponente de la exportación.

4.3. COSTO TOTAL

CONCEPTO	C. UNI. TN	PARCIAL	TOTAL
1. COSTO DE PRODUCCION			15362
a. DIRECTOS			14552
MATERIA PRIMA	10	12000	
MANO DE OBRA	8	2552	
b INDIRECTOS			810
Materiales	1	750	
Luz	1	60	
2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN			1287
Suministros de oficina		12	

Sueldos	1	400	
Depreciación equi. de ofic., M.E y V		875	
3.COSTO DE VENTAS			265
Suministros de oficina		15	
Publicidad		120	
Trasporte Interno	1	130	
TOTAL			16914

Cuadro No.4: Costo total de Operación
Fuente: Costos de Producción, Administración y Ventas
Realizado por: La Autora

4.4. INVERSIONES

La inversión es el capital que se requiere para el funcionamiento del proyecto de exportación, la misma que se divide de la siguiente manera:

Inversión fija.- Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren.

DETALLE	IMPORTE
MOLINO	8600
SELLADORA	150
S. Total Inversiones	8750

Cuadro No.5: Inversión fija
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

Inversión diferida.- Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles los mismos que son:

INTANGIBLES

DETALLE	IMPORTE
Estudios	900
Certificaciones	200
PERMISOS	45
Patentes y marcas	150
S. Total Inversiones	1295

Cuadro No.6: Inversión diferida
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

Inversión en capital de trabajo.- Es aquella parte de la inversión que debe estar disponible, para la operación normal del proyecto en un ciclo de operación generalmente un mes, pero en este caso es una sola vez en el año y esta inversión es:

CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	IMPORTE
Costos de producción	15362
Gastos Administrativos	1287
Gastos de ventas	265
S. Total Inversiones	16914

Cuadro No.7: Inversión capital de trabajo
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

4.4.1. TOTAL DE INVERSIONES

INVERSIONES	VALORES
FIJAS	8750
INTANGIBLES	1295

CAPITAL DE TRABAJO	16914
--------------------	-------

TOTAL INVERSIONES	26959
--------------------------	--------------

Cuadro No.8: Total de inversiones
Realizado por: La Autora
Fuente: Inversión fija, diferida y capital de trabajo

Siendo la inversión requerida para una exportación anual de **26959 USD AMERICANOS.**

4.5. INGRESOS

Dentro de los ingresos por ventas tenemos:

Detalle	Cost/U	Cantidad KG.	Costo Total/día
Funda gr.	4,5	5000	22500

Ingreso total anual	22500
---------------------	-------

Cuadro No.9: Ingresos
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

4.6. ESTADO DE RESULTADOS

Determinados los costos, inversiones e ingresos, se procede a organizar el estado de resultados del negocio de la leche de Chocho, en función de los siguientes supuestos:

- El volumen de exportación según la cuota de mercado es constante
- El crecimiento que experimentan los valores a partir del segundo año en las ventas, está en función de la inflación a la presente fecha: 2,74% (fuente: Banco Central del Ecuador).
- La inflación del 2,74% a Septiembre del 2013, se utiliza para determinar el crecimiento que tendrán los costos y gastos que experimenta el plan de exportación a partir del año 2 del mismo.
- Se utiliza los argumentos de ley como reparto de utilidades, participación de utilidades a trabajadores para la determinación de la utilidad neta actual y proyectada.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Del 1 enero al 31 de Diciembre

Expresado en dólares

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	22500,00	23116,50	23749,89	24400,64	25069,22
COSTO DE VENTAS	15362,00	15776,77	16202,75	16640,22	17089,51
VENTAS BRUTAS	7138,00	7339,73	7547,15	7760,42	7979,71
GASTOS DE ADMINISTRACION	1287,00	1322,26	1358,49	1395,72	1433,96
GASTOS DE VENTAS	265,00	272,26	279,72	287,39	295,26
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART	5586,00	5745,20	5908,93	6077,32	6250,49
25% DE IMPUESTOS	1396,50	1436,30	1477,23	1519,33	1562,62
15% DE PARTICIPACIONES	628,43	646,34	664,75	683,70	703,18
UTILIDAD NETA	3561,08	3662,57	3766,94	3874,29	3984,69

Cuadro No.10: Estado de Resultado
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

4.7. FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de la empresa durante el período específico de exportación.

La utilidad neta, no es un resultado que permita evaluar un proyecto, porque es un concepto contable, no de liquidez, entonces, para transformar a un Estado de Resultados en un Flujo de Efectivo, le sumamos a la utilidad neta, los “fondos no gastados”, que generalmente son:

- Depreciación
- Amortizaciones.

La estructura básica se muestra a continuación.

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS		22500	23116,5	23749,89 2	24400,63 9	25069,2 2
VALOR DE SALVAMENTO						4375
COSTO DE VENTAS		15362	15776,774	16202,74 7	16640,22 1	17089,5 1
VENTAS BRUTAS		7138	7339,726	7547,145 2	7760,418 1	12354,7 1
GASTOS DE ADMINISTRACION		1287,00	1322,26	1358,49	1395,72	1433,96
GASTOS DE VENTAS		265,00	272,26	279,72	287,39	295,26
GASTOS FINANCIEROS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0	0	0	0	0

UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART		5586,00	5745,20	5908,93	6077,32	10625,49
25% DE IMPUESTOS		1396,5	1436,3003	1477,2326	1519,3291	2656,373
15% DE PARTICIPACIONES		628,425	646,335135	664,75467	683,69807	1195,368
UTILIDAD NETA		3561,08	3662,57	3766,94	3874,29	6773,75
DEPRECIACIONES		875	875	875	875	875
AMORTIZACIONES		259	259	259	259	259
INVERSIONES						
FIJAS	8750,00					
INTANGIBLES	1295,00					
CAPITAL DE TRABAJO	16914,00					
RECU DEL CAPITAL DE TRABAJO						16914
FLUJO DE EFECTIVO	26959,00	4695,08	4796,57	4900,94	5008,29	24821,75

Cuadro No.11: Flujo de Efectivo

Realizado por: La Autora

Fuente: Soy San, mercado

4.8. VAN

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del plan de exportación en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión del mismo.

Generalmente el VAN se calcula de la siguiente manera:

Se parte del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto.

Fórmula.

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizado

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Para el cálculo del valor actual neto es necesario establecer la tasa de descuento con la que se van a actualizar los valores y esta es el trema la misma que inicia con un valor del 10,74%

TASA						
	PASIVA	IFLACIÓN	TREMA			
TREMA	8%	2,74%	10,74%			
		1	2	3	4	5
VAN =	-26959,00	<u>4695,08</u>	<u>4796,57</u>	<u>4900,94</u>	<u>5008,29</u>	<u>24821,75</u>
		1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
	-26959,00	4239,73	3911,30	3608,83	3330,21	14904,24
	-26959,00	29994,30				
VAN1=	3035,30					

Al ser el resultado positivo, significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas.

Para ir en busca de la tasa interna de retorno se requiere del segundo VAN en sentido negativo para ello utilizamos aproximaciones sucesivas para encontrarlo.

Tasa de Interes

I= 15%

VALOR ACTUAL

NETO

VAN= -Inversión

+FNE/(1+i)¹,,,,,,,FNE5/(1+i)³⁸

		1	2	3	4	5
VAN	-					
=38%	26959,00	<u>4695,08</u>	<u>4796,57</u>	<u>4900,94</u>	<u>5008,29</u>	<u>24821,75</u>
		1,15	1,32	1,52	1,75	2,01

-						
	26959,00	4082,04	3625,77	3220,96	2861,74	12331,26

-						
	26959,00	26121,77				

VAN2= -837,23

4.9. TIR

La tasa interna de retorno es aquella tasa que hace al VAN igual a cero.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o de tanteo, para lo cual se debe establecer dos VAN, el uno con valor positivo y un negativo, la TIR estará ubicado al interior del intervalo.

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

R1	11%	
R2	15%	
VAN1	3035,30	
VAN2	-837,23	
TIR	0,150	0,784
TIR	11,77%	

Al ser la tasa interna de retorno $11,77\% > i$ (10.74%) la tasa del proyecto se justifica desde el punto de vista financiero; si bien es cierto que no es muy alta, esta permite tener un rendimiento mayor a la tasa fija actual (8% máxima) que pagan las instituciones financieras por las inversiones.

4.10. PRI

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión o en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo del capital involucrado.

Es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial se calcula a través de la siguiente formula.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

Otra forma de cálculo será:

AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRI=		4.695	4.797	4.901	5.008	24.822
	-26.959,00					

	INVERSION	INGRESOS	faltante
PRI=	-26.959,00	19.400,87	7.558,13
	AÑOS	MESES	

$$\frac{24.821,75}{7.558,13} \times 1,00 = 0,3$$

	AÑOS	MESES
PRI=	4	3,00

Es decir que la inversión realizada en el presente proyecto se recupera en cuatro años y tres meses.

4.11. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo, es el cociente que resulta de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i) y la calcularemos a través de la siguiente fórmula:

$$RB / C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>4695,08</u>	<u>4796,57</u>	<u>4900,94</u>	<u>5008,29</u>	<u>24821,75</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
R\$/BC=	4239,73	3911,30	3608,83	3330,21	14904,24
ING-ACT	29994,30				
EGRESOS	26959,00				
R\$/BC=	1,11				

Se concluye que al ser la relación beneficio Costo superior a uno el proyecto de exportación es viable desde el punto de vista financiero.

4.12. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 5% DE CRECIMIENTO EN EL PRECIO.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Del 1 enero al 31 de Diciembre

Expresado en dólares

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
--	------	------	------	------	------

VENTAS	23625,00	24272,33	24937,39	25620,67	26322,68
COSTO DE VENTAS	15362,00	15776,77	16202,75	16640,22	17089,51
VENTAS BRUTAS	8263,00	8495,55	8734,64	8980,45	9233,17
GASTOS DE ADMINISTRACION	1287,00	1322,26	1358,49	1395,72	1433,96
GASTOS DE VENTAS	265,00	272,26	279,72	287,39	295,26
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART	6711,00	6901,03	7096,43	7297,35	7503,95
25% DE IMPUESTOS	1677,75	1725,26	1774,11	1824,34	1875,99
15% DE PARTICIPACIONES	754,99	776,37	798,35	820,95	844,19
UTILIDAD NETA	4278,26	4399,40	4523,97	4652,06	4783,77

Cuadro No.12: Estado de Resultados con el 5% de crecimiento

Realizado por: La Autora

Fuente: Soy San, mercado

FLUJO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS		23625	24272,33	24937,39	25620,67	26322,68
VALOR DE SALVAMENTO						4375
COSTO DE VENTAS		15362	15776,77	16202,75	16640,22	17089,51
VENTAS BRUTAS		8263	8495,551	8734,64	8980,45	13608,17
GASTOS DE ADMINISTRACION		1287,00	1322,26	1358,49	1395,72	1433,96
GASTOS DE VENTAS		265,00	272,26	279,72	287,39	295,26
GASTOS FINANCIEROS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART		6711,00	6901,03	7096,43	7297,35	11878,95

25% DE IMPUESTOS		1677,75	1725,257	1774,106	1824,337	2969,738
15% DE PARTICIPACIONES		754,9875	776,3654	798,3478	820,9517	1336,382
UTILIDAD NETA		4278,26	4399,40	4523,97	4652,06	7572,83
DEPRECIACIONES		875	875	875	875	875
AMORTIZACIONES		259	259	259	259	259
INVERSIONES						
FIJAS	8750,00					
INTANGIBLES	1295,00					
CAPITAL DE TRABAJO	16914,00					
RECU DEL CAPITAL DE TRABAJO						16914
FLUJO DE EFECTIVO	-26959,00	5412,26	5533,40	5657,97	5786,06	25620,83

Cuadro No.12: Flujo de efectivo con el 5% de crecimiento
Realizado por: La Autora
Fuente: Soy San, mercado

VAN

	1	2	3	4	5
VAN = -26959,00	<u>5412,26</u> 1,11	<u>5786,06</u> 1,23	<u>5657,97</u> 1,36	<u>5786,06</u> 1,50	<u>25620,83</u> 1,67

-26959,00 4887,36 4718,17 4166,27 3847,38 15384,05

-26959,00 33003,23

VAN1= 6044,23

Tasa de Interés

I= 18%

VALOR ACTUAL NETO

VAN= -Inversión

+FNE/(1+i)¹,,,,,,,FNE5/(1+i)³⁸

		1	2	3	4	5
VAN	-					
=38%	26959,00	<u>5412,26</u> 1,18	<u>5786,06</u> 1,40	<u>5657,97</u> 1,65	<u>5786,06</u> 1,96	<u>25620,83</u> 2,31

	-					
	26959,00	4577,00	4137,97	3421,90	2959,32	11081,64

	-	
	26959,00	26177,82

VAN2= **-781,18**

TIR

R1	11%	
R2	18%	
VAN1	6044,23	
VAN2	-781,18	
TIR	0,182	0,886
TIR	16,16%	

PRI

AÑOS	0	1	2	3	4	5
------	---	---	---	---	---	---

PRI=		5.412	5.786	5.658	5.786	25.621
	-26.959,00					

	INVERSION	INGRESOS	faltante
PRI=	-26.959,00	22.642,35	4.316,65

$$\frac{25.620,83}{4.316,65} = \frac{1,00}{X} = 0,2$$

	AÑOS	MESES
PRI=	4	2,00

Es decir que la inversión realizada en el presente proyecto se recupera en cuatro años y dos meses.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>5412,26</u>	<u>5786,06</u>	<u>5657,97</u>	<u>5786,06</u>	<u>25620,83</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
R\$/BC=	4887,36	4718,17	4166,27	3847,38	15384,05
ING-ACT	33003,23				
EGRESOS	26959,00				
R\$/BC=	1,22				

Se concluye que al ser la relación beneficio Costo superior a uno el proyecto de exportación es viable desde el punto de vista financiero.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La empresa no cuenta con la experiencia necesaria para realizar el proceso de exportación al no tener un personal capacitado en comercio exterior se dificulta el cumplimiento de los requisitos y obtención de documentos obligatorios que debe presentarla empresa para realizar el trámite en la SENA E enviar la mercadería a destino planteado.

Las condiciones climáticas que posee el Ecuador permiten una producción de chocho de buena calidad durante el año, representando una ventaja en la oferta del producto, ya que de esta manera se podrá cultivar un producto netamente orgánico conservando su valor nutricional original.

Con la información brindada por nuestros posibles compradores podemos observar que la industria alimenticia busca cada vez más productos con ingredientes naturales de calidad y el consumidor final productos saludables y confiables; es por esto que productos naturales como la Leche de chocho en polvo, presentan una demanda creciente en los mercados internacionales.

Los clientes que integran el mercado meta presentan un importante incremento en relación al consumo de productos sustitutos para los cereales normalmente consumidos para tener un estilo de vida sano por lo tanto la Leche de chocho en polvo puede tener una buena acogida en los diferentes puntos de distribución de la ciudad de Miami.

5.2. RECOMENDACIONES

Soy San debe contratar personal que posea los conocimientos en negociaciones internacionales y procedimientos aduaneros para que la empresa realice directamente todo el proceso de negociación, logística y elaboración de los documentos de exportación con el fin de no necesitar intermediarios como los bróker y agentes aduaneros que representan un gasto para la empresa.

Aprovechar las ferias internacionales para que nuestro producto sea más valorado y reconocido al nivel internacional y por ende la rentabilidad de la Empresa aumente.

El comercio de la leche de chocho en polvo depende esencialmente de las necesidades, gustos y preferencias de los clientes, por lo mismo es preciso implementar o renovar constantemente elementos que sirvan de impulsores; como marketing y publicidad en la industria alimenticia dando cada vez más un valor agregado a nuestro producto y hacerlo más competitivo.

Al emprender el plan de exportación, es importante que la empresa tenga un constante análisis de su situación financiera para tener una mejor administración de sus recursos con el fin de que los gastos del proceso de exportación no afecten al desarrollo de las otras actividades de la empresa.

Es recomendable tomar como base el presente plan de exportación ya que técnicamente se establece los parámetros necesarios para la consecución del proyecto, puesto que se definen las actividades que se realizarán en cada uno de los procesos, dando una explicación clara en lo que se refiere a negociación, producción y exportación de la leche de chocho en polvo, tomando en cuenta la logística inmersa.

RESUMEN

El proyecto se realizó con el objetivo de conocer la posibilidad que tendrá la exportación de la leche de chocho en polvo producida en el Cantón Riobamba, hacia el Estado de Miami de los Estados Unidos, siendo un referente para futuros estudios y facilitar los procesos sistemáticos de la empresa Soy San, dando lugar a la comercialización nacional e internacional del producto. A través de información relacionada con el tema obtenido de diferentes tipos de publicaciones se identifica y analiza el mercado al cual va llegar nuestro producto para proponer una estrategia de comercialización para la promoción de ventas.

El plan de exportación propone diseñar una guía para que la Empresa pueda llevar al exterior su producto y obtenga un nuevo mercado. La investigación proporcionó los siguientes resultados:

Con el estudio comercial identificamos el mercado, las características competitivas del producto, el mercado potencial, las ventajas, barreras arancelarias, legales y fitosanitarias, el diseño de los productos; además se propone una estrategia de comercialización

Finalmente se llega a conclusiones que indiquen la viabilidad del plan para realizar el proceso de producción y exportación de la leche de chocho en polvo al mercado meta. Por tanto, se recomienda que la Empresa se encuentre en un constante avance y mejoramiento del producto, teniendo en cuenta siempre las necesidades del cliente, que al igual que el tiempo van cambiando con el fin de llevar a cabo el proyecto a la realidad.

SUMMARY

The project was conducted in order to know the possibility that exports will pussy milk powder produced in the Canton Riobamba, to the state of Miami in the United States, is a benchmark for future studies and facilitate systematic processes the company Soy San, leading to national and international marketing of the product. Through topic-related information obtained from different types of publication identifies and analyzes the market they will get our product to propose a marketing strategy to promote sales.

The export plan proposes design guidelines for the Company to carry outside your

product and get a new market. The research provided the following results:

With the commercial study identified the market, the competitive characteristics of the product, the market potential , benefits, barriers , legal and phytosanitary measures, the design of the products , and then proposes a marketing strategy

Eventually you will reach conclusions regarding the viability of the plan for performing the process of production and export of milk powder pussy to the target market . It is therefore recommended that the Company is in a constant progress and improvement of the product, while taking into account customer needs that as they change over time in order to carry out the project to reality.

BIBLIOGRAFÍA

MÉNDEZ, Carlos E; Metodología; diseño y desarrollo de la Investigación, Edit. LimusaNoriega Editores, 3ed., México, 2005

FEENSTRA, Robert. TAYLOR, Alan. Comercio Internacional. Editorial Reverte S.A España. 2011.

Caicedo C, Peralta E. 2000. Diagnostico del procesamiento artesanal, comercialización y consumo de chocho. Zonificación potencial, sistemas de producción y procesamiento artesanal del chocho (Lupinus mutabilis Sweet) en Ecuador. Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. Programa Nacional de Leguminosas. Quito, Ecuador.

Caicedo C, Peralta E, Murillo A, Rivera M. 1998. Perspectivas de producción de chocho en Ecuador. Guía bibliográfica del chocho o tarhui (*Lupinus mutabilis* Sweet) y otras especies de *Lupinus*. Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. Quito, Ecuador.

CAICEDO, C. PERALTA, E. Poscosecha y Mercado de Chocho (*Lupinus mutabilis* Sweet) en Ecuador Programa Nacional de Leguminosas INIAP Quito-Ecuador Pág. 47

CAICEDO, C. PERALTA, E. 2001. El Cultivo de Chocho (*Lupinus mutabilis* Sweet) Fitonutrición, Enfermedades y Plagas, en el Ecuador. Quito-Ecuador. Editorial Tecnigrava. 1–35 p.

CAICEDO, C. PERALTA, E. Zonificación potencial para el cultivo de chocho. Fundacyi INIAP pág. 1-4

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 519 “Harinas de Origen Vegetal, Determinación de Proteína”.

LINCOGRAFIA

- SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR;
(http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)
- BANCO CENTRAL DE ECUADOR; total de importaciones y exportaciones del Ecuador, (<http://www.bce.fin.ec/contenido>)
- COMERCIO EXTERIOR ECUADOR
<http://www.comercioexteriorecuador.com/>

- http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro10/cap03_1_3.htm
- http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Poscosecha%20mercado_chocho.pdf
- <http://alimentosfuncionales.htm>
- <http://internacionalmente.com/factura-comercial/>